



KAJIAN KELAYAKAN PASAR
STUDI KASUS: USULAN PENDIRIAN PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN
PENGELOLAAN KONVENSI DAN ACARA DI POLITEKNIK PARIWISATA
LOMBOK

Muh. Yahyaddin¹, H Hamsu Hanafi², Ni Made Eka Mahadewi³, Herman⁴, Muhammad Husni Hm⁵, Herry Sastrawan⁶

^{1,2,3,4,5,6}Politeknik Pariwisata Lombok

E-mail: ¹yahyaddin@ppl.ac.id, ²hamsuhanafi@ppl.ac.id, ³eka.mahadewi@gmail.com,
⁴herman@ppl.ac.id, ⁵husni@ppl.ac.id, ⁶sasparekraf@yahoo.co.id

Abstract

Lombok tourism industry requires systematic human resource management through mice education to compete at the global level. the initial strategy needed is to conduct a market feasibility study on the proposed establishment of mice study program. this study aims to explain the various factors determining the interest of prospective students and the perception of tourism stakeholders on the proposed establishment of a convention and event management study program at lombok tourism polytechnic. the case study method with a qualitative descriptive approach was applied towards 252 vocational students. the study showed that the interest of students in continuing their studies is perceived high determined by six factors. furthermore, the tourism stakeholders shows their support for the proposed establishment of the study program. this study is expected to be a fundamental basis in strengthening the competitiveness of mice in lombok.

Keywords: Mice, Lombok, Human Resources, Educational Institution

PENDAHULUAN

Pada tatanan adaptasi kebiasaan baru, industri *MICE* (*Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions*) memiliki peran vital dalam membangkitkan sektor pariwisata. Perpaduan antara *leisure* dan *business* membuat wisata *MICE* memiliki tingkat ketahanan paling kuat dari pengaruh krisis ekonomi global dibanding model wisata konvensional lain (Nugroho, dkk., 2018). Menurut Kresnarini (2011) dalam Warta Ekspor (2011), *MICE* merupakan bisnis yang memberikan kontribusi tinggi secara ekonomi terlebih bagi negara berkembang. Sejalan dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia yang akan memprioritaskan industri *MICE* pada tatanan normal baru. Dikarenakan memegang peranan penting dalam meningkatkan pendapatan Produk Domestik Bruto (PDB) tanah air. Wisatawan *MICE* memiliki tingkat rata-rata lama tinggal dan

ASPA (*Average Spending per Arrival*) lebih tinggi dibanding wisatawan *leisure* (pedulicovid19.kemendparekraf.go.id).

Dukungan politik tersebut nampak sangat beralasan, melihat data '*Global Economics Significance Business Events Tahun 2018*' oleh *Oxford Economics*, Indonesia berada di peringkat ke-17. Kinerja industri *MICE* Indonesia lebih baik dari negara ASEAN, seperti Thailand (peringkat 22) dan Singapura (peringkat 25) (www.krjogja.com). Paralel dengan data tersebut, berdasarkan data dari *International Congress and Convention Association* (ICCA) tahun 2018, jumlah partisipan bagi Negara Indonesia untuk melaksanakan *business travel* sebanyak 44.445 partisipan. Hal ini membuat Indonesia berada di peringkat 34 dunia. Di sisi lain, jumlah ini ternyata masih kalah saing dibandingkan dengan negara Asia Tenggara lainnya seperti Thailand (peringkat 23), Singapura (peringkat



24), dan Malaysia (peringkat 26) (Kusuma, 2019). Justifikasi tersebut mendeskripsikan dua hal penting. Pertama, *positioning* daya saing *MICE* Indonesia untuk menangkap pasar *business travel* masih kalah dari negara kompetitor di Asia. Artinya, kompetensi SDM di bidang *MICE* masih harus dioptimalkan. Mengingat SDM merupakan ujung – tombak dari penyelenggaraan kegiatan tersebut. Kedua, kinerja *MICE* Indonesia yang terbilang cukup baik dibanding Negara ASEAN lainnya sebetulnya juga menggambarkan potensi besar SDM pariwisata Indonesia dalam penyelenggaraan *MICE*. Maka, kunci utama untuk dapat menjadikan Indonesia sebagai destinasi *MICE* berkelas dunia terletak pada pengelolaan SDM (Sumber Daya Manusia) yang serius dan sistematis (Septemuryantoro dan Dima, 2018)

Pengelolaan SDM dalam industri *MICE* membutuhkan pengelolaan yang serius dan terstruktur, dikarenakan sektor *MICE* melibatkan multi sektor dan aktor meliputi *Event Organizer* (EO), *Professional Conference Organizer* (PCO), Percetakan, Perusahaan *Souvenir*, Perhotelan, Biro Perjalanan Wisata, Transportasi, serta Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Sebagai gambaran untuk dapat menyelenggarakan sebuah *conference* berkualitas dan berdaya saing, maka diperlukan *professional conference organizer* (PCO) lokal yang ahli di bidangnya. Selain itu, untuk dapat menangkap pasar *business travel* lebih besar diperlukan agresivitas dan keahlian khusus dari para penyedia jasa *MICE* di destinasi (Kresnarini, 2011; Setyawan, 2018). Maka, peran *stakeholder* dalam mendukung SDM *MICE* yang kompeten sangat diperlukan.

Perguruan tinggi pariwisata di Indonesia menjadi salah satu entitas vital untuk dapat menyiapkan pekerja kompeten di bidang *MICE*. Paralel dengan pandangan tersebut, Presiden Republik Indonesia Joko Widodo dalam Konferensi Forum Rektor Indonesia di Istana Negara, Jakarta pada Rabu 10 Oktober 2018 menyampaikan bahwa untuk membuka

program studi yang baru sesuai dengan perkembangan zaman. Lebih lanjut disampaikan oleh Presiden Joko Widodo:

“.....hal yang belum sempat dibukukan sudah berubah di lapangan. Banyak karakter kerja yang tidak bisa ditangkap hanya melalui membaca, tetapi harus mengalami pengalaman nyata. Itulah pentingnya memerdekakan mahasiswa agar bisa belajar kepada siapa saja.”

Secara ekspilist dapat diinterpretasikan bahwa pemerintah memerlukan pergerakan penting dalam bidang pendidikan terkait dengan *MICE* agar nantinya dapat memberikan sumbangsih besar dalam kepariwisataan di Indonesia khususnya dalam tatanan adaptasi kebiasaan baru. Penguatan SDM *MICE* melalui institusi pendidikan ini tidak hanya berpusat di destinasi matang seperti Bali, justru harus difokuskan pada destinasi potensial yang sedang bertumbuh. Salah satu kawasan Pariwisata di Indonesia yang dipandang dapat menjadi tempat ideal untuk mengembangkan bisnis *MICE* yakni Lombok. Sejalan dengan komitmen strategis Pemerintah Daerah (Pemda) dalam membangun Nusa Tenggara Barat (NTB) yang terefleksi melalui pengembangan bandara (www.republika.co.id). Penguatan SDM melalui pendidikan dalam bidang *MICE* akan menghasilkan industri yang baik untuk daerah Lombok. Bisnis *MICE* diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang baik dengan dukungan Pemda hingga masyarakat. Maka, sebagai langkah strategis awal sangat diperlukan sebuah kajian kelayakan pasar terhadap usulan pendirian program studi *MICE*, sesuai nomenklatur lebih dikenal dengan Pengelolaan Konvensi dan Acara (PKA) di Politeknik Pariwisata (Poltekpar) Lombok.

Berdasarkan latar belakang tersebut, studi ini bertujuan untuk menganalisa kebutuhan pasar terhadap usulan pendirian Program Studi (Prodi) Sarjana Terapan Pengelolaan Konvensi dan Acara (PKA) di Politeknik Pariwisata (Poltekpar) Lombok. Analisa kebutuhan pasar akan berfokus pada dua substansi utama yakni: (1) Faktor – faktor

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>



yang menentukan minat calon mahasiswa terhadap usulan pendirian prodi dan (2) Persepsi *stakeholder* pariwisata terhadap usulan pendirian prodi. Hasil studi ini akan menjadi sumber informasi dan pertimbangan sangat penting bagi Pemerintah dan *Stakeholder* dalam meningkatkan daya saing SDM dan keberlanjutan industri *MICE* di Indonesia khususnya NTB. Pada sub – sub berikutnya akan diuraikan tinjauan pustaka, metode penelitian, pembahasan, serta simpulan dan rekomendasi.

LANDASAN TEORI

Pendidikan Vokasi

Pendidikan merupakan salah satu faktor penting dalam pembangunan di setiap negara. Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional dalam Pasal 1 memaparkan bahwa:

“Pendidikan merupakan usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, mengembangkan segala potensi yang dimiliki peserta didik melalui proses pembelajaran.”

Pendidikan Vokasional adalah pendidikan untuk dunia kerja (*Education for Vocation*) (Sudira, 2015). Pendidikan vokasional mempersiapkan tenaga kerja terlatih dengan skill tinggi yang tunduk pada pemberi kerja (Rojewski, 2009). Vokasi berhubungan dengan kapasitas yang dibutuhkan dalam menjalankan suatu aktivitas pekerjaan. Proses pengembangan ke-vokasi-an seseorang membutuhkan pendidikan dan pelatihan yang disebut dengan pendidikan vokasional (Sudira, 2015).

Program Studi *MICE* yang selanjutnya disebut sebagai PKA terdapat di dalam Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2017 tentang Kurikulum Berbasis Kompetensi Program Pendidikan Tinggi di Lingkungan Kementerian Pariwisata dengan profil lulusan (1) *Conference Manager*, (2) *Exhibition Manager*, (3) *Function Manager*, (4) *In house Meeting Manager*, (5) *Meeting Manager*, (6) *Project Manager*, (7) *Venue Manager*, (8) *Logistic Manager*, (9) *Operation Manager*, (10) *Marketing Manager*. Capaian pembelajaran pada Program Studi PKA adalah sebagai berikut:

1. Sikap
2. Ketrampilan
3. Keterampilan Kerja Khusus Prodi
4. Penguasaan Pengetahuan

MICE

Menurut Pendit (1999), *MICE* diartikan sebagai wisata konvensi, dengan batasan: usaha jasa konvensi, perjalanan insentif, dan pameran. Merupakan usaha dengan kegiatan memberi jasa pelayanan bagi suatu pertemuan sekelompok orang (negarawan, usahawan, cendikiawan dan sebagainya) untuk membahas berbagai masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama. Menurut Kesrul (2004), *MICE* sebagai suatu kegiatan kepariwisataan yang aktifitasnya merupakan perpaduan antara *leisure* dan *business*, biasanya melibatkan sekelompok orang secara bersama-sama, rangkaian kegiatannya dalam bentuk *meetings*, *incentive travels*, *conventions*, *congresses*, *conference* dan *exhibition*.

Yoeti (2000) menyatakan bahwa *MICE* merupakan suatu rangkaian kegiatan, dimana pengusaha dan profesional berkumpul pada suatu tempat yang terkondisikan oleh suatu permasalahan, pembahasan dan kepentingan yang sama. Berikut pemaparannya:

1. *Meeting*

Pertemuan adalah pertemuan dua atau lebih orang yang diselenggarakan untuk maksud mencapai tujuan bersama melalui interaksi verbal, seperti berbagi informasi



atau mencapai kesepakatan yang dapat berupa presentasi, seminar, lokakarya, pelatihan, team building maupun event organisasi atau perusahaan lainnya. (Permenpar No.2, 2017). *Meeting* adalah istilah asing berarti rapat, pertemuan, atau persidangan. Menurut Kesrul (2004), *Meeting* adalah 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 kerjasama anggota dan pengurus, menyebarkan informasi terbaru, publikasi, serta hubungan kemasyarakatan.

2. *Incentive*

Insentif adalah alat manajemen global yang menggunakan pengalaman wisata yang luar biasa untuk memotivasi dan/atau memberikan pengakuan kepada peserta dengan tujuan dapat meningkatkan kinerja dalam mendukung tujuan organisasi atau perusahaan. (Permenpar No.2, 2017). *Incentive* adalah kegiatan yang diadakan oleh sebuah perusahaan atau organisasi, guna memberikan apresiasi untuk para karyawan dan rekan kerja yang biasa diadakan di luar kantor atau berupa sebuah perjalanan. Menurut Undang-Undang No.9 tahun 1990 yang dikutip oleh Pendit (1999) Menjelaskan bahwa, perjalanan *incentive* merupakan suatu kegiatan perjalanan yang diselenggarakan oleh suatu perusahaan untuk para karyawan dan mitra usaha sebagai imbalan penghargaan atas prestasi mereka dalam kaitan penyelenggaraan konvensi yang membahas perkembangan kegiatan perusahaan yang bersangkutan. Menurut Kesrul (2004), *Incentive* merupakan hadiah atau penghargaan yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada karyawan, klien, atau konsumen. Bentuknya bisa berupa uang, paket wisata, atau barang

3. *Confrence*

Konvensi adalah sebuah pertemuan resmi dalam skala besar yang dihadiri oleh perwakilan atau delegasi (pemerintah, asosiasi, atau industri) untuk melakukan diskusi, pertukaran informasi atau tindakan atas permasalahan khusus yang menjadi perhatian bersama. (Permenpar No.2, 2017). *Conference* atau Konferensi merupakan kegiatan rapat atau pertemuan untuk berunding atau bertukar pendapat mengenai suatu masalah yang dihadapi bersama. Menurut Pendit (1999) Istilah *conference* diterjemahkan dengan konferensi dalam bahasa Indonesia yang mengandung pengertian sama. Dalam prakteknya, arti *meeting* sama saja dengan *conference*, maka secara teknis akronim *MICE* sesungguhnya adalah istilah yang memudahkan orang mengingat bahwa berbagai kegiatan yang dimaksud sebagai perencanaan, pelaksanaan dan penyelenggaraan sebuah *meeting, incentive, conference, dan exhibition*, hakekatnya merupakan sarana yang sekaligus adalah berbagai produk paket wisata yang siap dipasarkan.

4. *Exhibition*

Pameran adalah sebuah acara yang terorganisir di mana objek ditampilkan kepada publik yang dapat berupa pameran dagang antar bisnis maupun pameran untuk konsumen akhir. (Permenpar No.2, 2017). Menurut Montgomery dan Strick (1995) bahwa, istilah *exhibitions* digunakan untuk menggambarkan *event* yang dirancang untuk mempertemukan pemasok produk, peralatan industri dan jasa di suatu tempat di mana para peserta dapat mendemonstrasikan dan mempromosikan produk dan jasa yang mereka tawarkan. Menurut Pendit (1999) yang dikutip dari Andiani (2014) bahwa, Usaha jasa konvensi, perjalanan insentif, dan pameran merupakan usaha dengan kegiatan memberi jasa pelayanan bagi suatu pertemuan sekelompok orang (negarawan, usahawan, cendekiawan dan sebagainya) untuk



membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama. Pada umumnya kegiatan konvensi berkaitan dengan usaha pariwisata lain, seperti transportasi, akomodasi, hiburan (*entertainment*), perjalanan pra dan pasca konferensi (*preand post- conference tours*).

Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Minat Pasar

Dirangkum dari sejumlah teori Syardiansah (2017) mencoba merangkum empat faktor yang mempengaruhi minat konsumen atau pasar dalam hal ini dapat dikaitkan dengan calon mahasiswa dalam memilih program studi di sebuah institusi pendidikan, sebagai berikut:

1. Faktor Kebudayaan: dalam konteks perilaku konsumen, faktor budaya dapat diartikan sebagai keyakinan, nilai, dan adat – istiadat yang memberikan karakter dan kepribadian khusus bagi masyarakat bersangkutan.
2. Faktor Sosial: faktor sosial lebih merujuk pada komponen seperti keluarga, kelompok acuan, peran, dan status.
3. Faktor Pribadi: keputusan pribadi kerap kali dipengaruhi oleh faktor pribadi meliputi usia, tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta konsep diri pembeli.
4. Faktor psikologis: faktor ini terkait erat dengan motivasi, cita – cita, persepsi, dan keyakinan yang ada di dalam diri seseorang.

Secara spesifik, Setiana (2017) mencoba mengelaborasi faktor – faktor yang mempengaruhi motivasi belajar mahasiswa, terdiri dari faktor motivasi, cita – cita, lingkungan sosial, budaya, dan ekonomi. Selain faktor – faktor tersebut, faktor kampus juga menjadi aspek penting yang akan menentukan keputusan calon mahasiswa. Ditegaskan oleh Maxwell (dalam Parasuraman, 2005) terdapat 6 dimensi yang menentukan kualitas jasa pendidikan yakni, kemudahan akses,

kecocokan dengan tingkat kebutuhan pelanggan, efektivitas staf pengajar, dan ekuitas mencakup distribusi sumber pelayanan yang adil, diterima secara sosial, serta efisiensi dan ekonomis. Dimensi ini tentu menjadi faktor pertimbangan pasar dalam memilih kampus atau lembaga pendidikan. Maka merujuk pada pandangan – pandangan tersebut terdapat enam variabel yang dipilih yakni, Faktor motivasi, cita – cita, lingkungan, budaya, kampus, dan ekonomi. Variabel ini akan dijadikan sebagai acuan untuk mengukur faktor – faktor yang menggambarkan minat calon mahasiswa dalam memilih prodi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memperoleh gambaran mengenai kelayakan dibukanya program studi baru di Politeknik Pariwisata Lombok. Penelitian kualitatif berupaya memahami bagaimana seorang individu melihat, memaknai, atau menggambarkan dunia sosialnya (Sudaryono, 2019). Pengumpulan data dilakukan melalui survei, wawancara, *Focuss Group Discussion* (FGD), dan studi kepustakaan.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dimana pemilihan sampel bertitik tolak pada penelitian peneliti yang menyatakan sampel yang dipilih benar-benar representatif (Sudaryono, 2019). Sampel responden dalam penelitian ditetapkan siswa – siswa kelas 3 SMA/SMK atau sederajat yang berada di NTB dan sekitarnya. Mengacu pada pertimbangan pasar untuk Poltekpar Lombok sebagai lembaga pendidikan vokasi memang lebih condong ke siswa SMK. Terlebih jika siswa SMK itu berasal dari jurusan pariwisata dan perhotelan. Dari hasil penelusuran maka didapatkan 252 siswa SMK yang bersedia menjadi responden penelitian ini. Sementara sampel informan dalam studi yakni pakar pendidikan yang ditentukan secara purposif berdasarkan tiga karakteristik berikut ini, a)



Pakar Pendidikan pada bidang *MICE*; b) Terlibat dalam kebijakan pendidikan pada level nasional; dan c) Terlibat dalam asosiasi *MICE*. Hasil pemetaan menetapkan informan representatif studi ini yakni: Dinas Pariwisata Provinsi NTB, Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi NTB, PT. *Indonesia Tourism Development Coporation* (ITDC) Mandalika, Ketua *Indonesia Congress & Convention Association* (INCCA) NTB, masyarakat yang diwakili oleh beberapa pengelola kelompok sadar wisata di NTB.

Data kuesioner diolah melalui analisis statistik deskriptif, menurut Ghazali (2009) analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran atau mendeskripsikan data dalam variabel yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), minimum, maksimum dan standar deviasi. Nilai kuantitatif dijadikan penilaian deskripsi statistik responden terkait peminatan calon mahasiswa terhadap Prodi PKA Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata yang diukur melalui 6 variabel seperti, Motivasi, PKA Cita-cita, Lingkungan, Budaya, Kampus, Ekonomi. Sebelum data dianalisis, untuk menguji kelayakan instrumen penelitian akan dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terdahulu. Sementara itu data dari wawancara dan *FGD* akan dianalisis secara konten (*content analysis*) melalui pengelompokan dan pengorganisasian data untuk selanjutnya diberi makna. Marshal (dalam Ismawati, 2011) mendefinisikan *Content analysis* adalah sebuah teknik penelitian untuk membuat berbagai inferensi dengan mengidentifikasi secara sistematis dan objektif karakteristik - karakteristik khusus dalam sebuah teks.

Pembahasan

Uji Kelayakan Instrumen Penelitian

Pengujian validitas menggunakan program SPSS dengan metode *Pearson Correlation* diaplikasikan pada studi ini, yaitu mengkorelasikan tiap item dengan skor total

item kuisisioner. Menurut Priyatno (2013), pernyataan valid tidaknya suatu instrumen dapat dilihat dengan formula berikut: (1) Jika signifikansi $< 0,05$ dan koefisien korelasi positif, item maka pertanyaan dinyatakan valid; (2) Jika signifikansi $> 0,05$ atau koefisien korelasi negatif, maka item dinyatakan tidak valid. Hasil uji validitas seluruh item kuesioner ditunjukkan melalui Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Sig	< 0,05 / > 0,05	Keterangan
Motivasi (X1)	X1.1	0,00	<0,0	Valid
	X1.2	0,00	<0,0	Valid
	X1.3	0,00	<0,0	Valid
	X1.4	0,00	<0,0	Valid
	X1.5	0,00	<0,0	Valid
	X1.6	0,00	<0,0	Valid
	X1.7	0,00	<0,0	Valid
Cita-cita (X2)	X2.1	0,00	<0,0	Valid
	X2.2	0,00	<0,0	Valid
	X2.3	0,00	<0,0	Valid
	X2.4	0,00	<0,0	Valid
	X2.5	0,00	<0,0	Valid
	X2.6	0,00	<0,0	Valid
	X2.7	0,00	<0,0	Valid
Lingkungan (X3)	X3.1	0,00	<0,0	Valid
	X3.2	0,00	<0,0	Valid
	X3.3	0,00	<0,0	Valid
	X3.4	0,00	<0,0	Valid
	X3.5	0,00	<0,0	Valid
Budaya (X4)	X4.1	0,00	<0,0	Valid
	X4.2	0,00	<0,0	Valid
	X4.3	0,00	<0,0	Valid
	X4.4	0,00	<0,0	Valid
Kampus (X5)	X5.1	0,00	<0,0	Valid
	X5.2	0,00	<0,0	Valid
	X5.3	0,00	<0,0	Valid
	X5.4	0,00	<0,0	Valid



Ekonomi (X6)	4	0	5	<0,0	Valid
	X6.	0,00			
	1	0	5	<0,0	Valid
	X6.	0,00			
	2	0	5	<0,0	Valid
	X6.	0,00			
3	0	5	<0,0	Valid	
X6.	0,00				

Sumber : Data Olahan SPSS Ver. 20, 2020.

Tabel 1 menjelaskan bahwa variabel Motivasi (X1), Variabel Cita-cita (X2), Variabel Lingkungan (X3), Variabel Budaya (X4), Variabel Kampus (X5), dan Variabel Ekonomi (X6), semua item pertanyaan nilai signifikansi antara tiap item dengan skor total nilai kurang dari 0,05 dan koefisien korelasi positif. Jadi dapat disimpulkan bahwa item-item pada kuisioner untuk variabel tersebut telah valid. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Motivasi (X1)	0,689	Reliabel
Variabel Cita-cita (X2)	0,670	Reliabel
Variabel Lingkungan (X3)	0,693	Reliabel
Variabel Budaya (X4)	0,737	Reliabel
Variabel Kampus (X5)	0,704	Reliabel
Variabel Ekonomi (X6)	0,636	Reliabel

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 20, 2020.

Tabel 2 menunjukkan seluruh variabel yang diteliti pada studi ini memiliki nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,60 maka seluruh variabel dinyatakan reliabel sesuai dengan batas ambang yang dipersyaratkan (Priyatno, 2013).

Profil Responden

Dalam penelitian ini seluruh responden merupakan siswa SMK yang ada di Nusa Tenggara Barat (NTB) dan sebagian dari luar NTB. Untuk lebih jelas mengenai profil dari siswa yang dijadikan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Profil Responden

Profil	Keterangan
Asal Daerah	Nusa Tenggara Barat
	Luar Nusa Tenggara Barat
Jenis Kelamin	Laki-Laki
	Perempuan

Sekolah	Jumlah
SMK	252
SMA	0
Lainnya	0
Jumlah	252

Sumber : Hasil Olahan SPSS, 2020.

Tabel 3 menjelaskan mayoritas responden berasal dari Provinsi Nusa Tenggara Barat sebesar 85 %. Dilihat dari segi demografis yaitu jenis kelamin, mayoritas 54% responden berjenis kelamin laki-laki dan 45% berjenis kelamin perempuan. seluruh responden berasal dari Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Pasar untuk Politeknik Pariwisata memang lebih condong ke siswa SMK. Terlebih jika siswa SMK itu berasal dari jurusan pariwisata dan perhotelan. Untuk Prodi PKA nantinya akan lebih banyak mengambil siswa yang berasal dari SMK khususnya pariwisata dan perhotelan.

Faktor – Faktor yang Menentukan Minat Calon Mahasiswa Terhadap Usulan Pendirian Prodi Sarjana Terapan PKA di Poltekpar Lombok

Terdapat berbagai hal untuk melihat tren antusias dari pasar terhadap pengusulan pembukaan program studi di suatu institusi pendidikan tinggi. Analisis kebutuhan pasar digunakan untuk mengetahui minat terkait usulan Program Studi PKA di Poltekpar Lombok. Urgensi segmen pasar yang dapat dibidik oleh program ini salah satunya SMK yang berada di sekitar Poltekpar Lombok yakni, Provinsi NTB maupun (Nusa Tenggara Timur) NTT. Dari 252 responden SMK mayoritas di NTB dan NTT menunjukkan respon yang positif pada enam faktor yang diukur, dapat dilihat pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Hasil Statistik Deskriptif

Jenis Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Faktor Motivasi	252	3.14	4.71	3.7744	.32000
Faktor Cita – Cita	252	2.71	4.71	3.5408	.34080
Faktor Lingkungan	252	2.60	4.60	3.5365	.36861
Faktor Budaya	252	2.75	4.75	3.6974	.40102
Faktor Kampus	252	2.75	4.75	3.6875	.39584
Faktor Ekonomi	252	2.67	5.00	3.7566	.45304
Valid N (listwise)	252				

Sumber : Hasil Olahan SPSS, 2020.



Tabel 4 menunjukkan kecenderungan faktor yakni Motivasi, Cita-cita, Lingkungan, Budaya, Kampus, dan Ekonomi yang menjadi acuan minat pasar terhadap adanya usulan pendirian Prodi PKA di Poltekpar Lombok. Faktor motivasi menunjukkan nilai rata-rata (*mean*) tertinggi sebesar 3,7744. Sementara faktor dengan nilai rata – rata terkecil yakni lingkungan sebesar 3,5365. Dari hasil analisis keenam faktor tersebut, dapat disimpulkan respon dan minat calon mahasiswa untuk program studi *MICE* tergolong positif dan baik.

Dianalisis lebih lanjut, siswa SMK memiliki motivasi yang cukup tinggi (3.7744). Motivasi yang dimaksud yakni suatu dorongan untuk menuju suatu kesuksesan. Hal ini berarti terdapat dorongan untuk meraih kesuksesan dengan menjadi bagian pada Program Studi PKA di Poltekpar Lombok. Selanjutnya, Cita - cita mengarah pada sesuatu yang diinginkan mahasiswa apabila berkuliah di Program Studi Manajemen Bisnis Konvensi dan Perhelatan. Penelitian ini menemukan bahwa, cita - cita siswa untuk mencapai sesuatu dapat menimbulkan minat melanjutkan ke perguruan tinggi yakni di Poltekpar Lombok (3.5408). Selain itu, faktor budaya yang menjadi salah satu faktor yang penting untuk melihat minat siswa untuk melanjutkan ke Perguruan Tinggi (3.6974). Menariknya, faktor lingkungan memiliki nilai rata – rata terendah dari 5 faktor lainnya, akan tetapi tetap memiliki nilai yang positif (3.5365). Mempertimbangkan di wilayah NTB dan NTT, Poltekpar Lombok menjadi satu-satunya kampus pariwisata negeri. Tidak heran jika faktor kampus juga mendapat nilai rata – rata yang tidak kecil dalam mempengaruhi minat calon mahasiswa terkait prodi tersebut (3.6875). Dengan biaya kampus yang relatif murah ditunjang fasilitas cukup baik, maka pengembangan prodi tersebut di Poltekpar Lombok patut diperhitungkan. Hal ini ditunjukkan dari rata – rata nilai faktor ekonomi yang memiliki nilai rata – rata tertinggi kedua (3.7566). Artinya apabila siswa memiliki ketersediaan dana maka akan memilih untuk melanjutkan studi di Prodi Manajemen

Bisnis Konvensi dan Perhelatan. Berkuliah di program studi ini, diharapkan akan mampu menghasilkan penghasilan ketika telah tamat dan bekerja di Industri penyelenggaraan *event*.

Studi ini nampaknya memiliki hasil yang berbeda dari studi terdahulu yang menemukan faktor budaya menjadi faktor dominan dalam mempengaruhi minat calon mahasiswa dalam memilih suatu program studi (Syardiansah, 2017). Studi ini menemukan nilai rata – rata tertinggi dimiliki oleh faktor motivasi. Motivasi calon mahasiswa menjadi dorongan utama dalam menentukan minatnya pada Prodi PKA di Poltekpar Lombok. Artinya ada indikasi jika dorongan internal sangat kuat dalam menentukan minat pasar dalam hal ini calon mahasiswa dibandingkan dorongan eksternal. Didukung oleh nilai faktor lingkungan dengan rata – rata terendah.

Persepsi *Stakeholder* Pariwisata terhadap Usulan Pendirian Prodi Sarjana Terapan PKA di Poltekpar Lombok

Persepsi *stakeholder* mengenai pengusulan pendirian Prodi PKA perlu dipertimbangkan. Informasi ini dapat menjadi panduan untuk memetakan kebutuhan SDM khususnya di bidang penyelenggaraan *event* oleh industri. Berdasarkan dari hasil analisis yang dilakukan, keberadaan Prodi ini diyakini oleh *stakeholder* akan menjadi salah satu lembaga pendidikan penyumbang SDM kompeten di bidang penyelenggaraan *event* yang ada di Indonesia dan NTB khususnya.

Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat berpendapat bahwa pasar *MICE* memiliki potensi besar untuk keberlangsungan industri pariwisata di NTB. Hal ini dapat dilihat dari pembangunan sirkuit GP Mandalika yang nantinya akan membuat pariwisata NTB lebih dikenal Dunia. *MICE* ini akan menjadi penyumbang terbesar untuk penyerapan tenaga kerja. Apalagi jika dikaitkan dengan kondisidi era pandemi dan pasca pandemi nanti, masyarakat akan melihat keuntungan bekerja di bidang *MICE*. Oleh karenanya, dibukanya program studi terkait penyelenggaraan *event* di Poltekpar Lombok

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>



akan sangat bermanfaat untuk peningkatan kualitas SDM bidang *MICE* di NTB (Bapak Faozal selaku Kadispar Provinsi NTB, *FGD* 6 Oktober 2020).

Selaras dengan pandangan tersebut, Perwakilan INCCA NTB pada acara konferensi Poltekpar Lombok tanggal 2 Desember 2020 menyampaikan bahwa potensi *MICE* di NTB apabila dikelola dengan serius maka akan mendatangkan keuntungan yang besar bagi masyarakat. Namun kondisi saat ini menunjukkan dukungan kegiatan *MICE* di NTB bila diinventarisir dari segi penyelenggara masih kurang. Diikuatkan oleh data yang menunjukkan jumlah perusahaan *Event Organizer* yang berbadan hukum di NTB hanya sebanyak 24. Dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Perusahaan *Event Organizer* di NTB

No	Perusahaan	Alamat	Badan Hukum
1.	Pena Multimedia Enterprise	Mataram	CV
2.	Sembuilanbelas Kreasi	Citra Mataram	CV
3.	Mata Angin Indonesia	Mataram	PT
4.	Yankees Enterprise	Mataram	CV
5.	Lips Nusa Utama	Lombok Barat	CV
6.	Fidori	Mataram	CV
7.	Harmoni	Mataram	CV
8.	Titik Terang Karya Emas	Mataram	CV
9.	Taman Langit Multi Kreasi	Mataram	PT
10.	Circle	Lombok Barat	CV
11.	Biru Langit	Mataram	CV
12.	Mataram Tenda	Mataram	CV
13.	T9	Mataram	CV
14.	One Direction	Mataram	CV
15.	Q-Production	Mataram	CV
16.	Sekardiu Jayengrana	Mataram	CV
17.	Motif 27	Mataram	CV
18.	Dix Sept	Mataram	CV
19.	Good EO	Mataram	CV
20.	Delapan EO	Mataram	CV
21.	Semesta Ide Indonesia	Mataram	CV
22.	DnV Management	Mataram	CV
23.	DECK Pro	Mataram	PT
24.	INI Media	Mataram	CV

Sumber: Hasil Konferensi Poltekpar Lombok di Mataram, 2020.

Tabel 5 menggambarkan perusahaan *Event Organizer* di NTB masih terbatas, bahkan untuk perusahaan *event* skala lebih besar seperti *Professional Conference Organizer (PCO)* dan *Professional Exhibition*

Organizer (PEO) masih belum ada di NTB. Dari segi kompetensi SDM di NTB hanya ada 75 orang yang tersertifikasi. Dilihat dari fasilitas, *venue* di NTB saat ini hanya ada 31 *ballroom* atau sering disebut *convention room* yang tersebar di beberapa hotel di Mataram, Lombok Tengah, Lombok Barat, dan Bima dengan kapasitas 200 sampai dengan 2500 *pax*. *Venue* untuk kegiatan pertemuan skala yang lebih kecil yang sering disebut *meeting room* hanya ada 116 yang tersebar di beberapa hotel di NTB dengan jumlah kapasitas mulai dari 20 sampai 200 *pax*. Oleh karenanya, diperlukan lebih banyak SDM profesional di bidang *MICE*. Poltekpar Lombok akan menjadi salah satu institusi pendidikan yang sangat diharapkan dapat melahirkan SDM pariwisata unggul di bidang *MICE* melalui pendirian Prodi PKA (Bapak Edo selaku Ketua INCCA NTB, Konferensi Poltekpar Lombok 2 Desember 2020).

Selanjutnya pendapat dari pihak pengelola destinasi wisata yaitu PT. ITDC Mandalika melalui Ketua Operasionalnya Bapak I Made Pari Wijaya saat *FGD* 6 Oktober 2020 mengatakan bahwa sejalan dengan adanya Kawasan Mandalika maka peluang kegiatan *MICE* akan tumbuh di NTB. Perlu diketahui bahwa untuk penanganan bidang *MICE* sangat komperhensif dikarenakan ada 3 tahapan setiap penyelenggaraannya yaitu *pra event*, *during event* dan *post event*. Ketiga tahapan ini membutuhkan keterampilan dan pengetahuan khusus. Rencana pendirian Prodi PKA di Poltekpar Lombok akan menjadi solusi dan jawaban dari tantangan tersebut.

Pendapat terakhir disampaikan dari perwakilan masyarakat dari beberapa desa wisata di NTB. Dengan melihat kondisi kunjungan wisatawan di Desa Wisata di NTB saat ini maka dapat dikatakan bahwa berada titik yang sangat rendah akibat dampak dari pandemi Covid-19. Oleh karena itu perlu ada terobosan baru untuk menarik kembali wisatawan untuk datang ke desa wisata. Bidang *MICE* ini dapat dijadikan salah satu alternatif



untuk mempromosikan kembali desa wisata melalui kegiatan festival keagamaan dan budaya yang mencirikan desa wisata tersebut.

Sejalan dengan pandangan tersebut Bapak Usman selaku Ketua Kelompok Sadar Wisata Desa Bonjeruk saat FGD 6 Oktober 2020 menegaskan bahwa selama ini memang di desa wisata sudah melakukan berbagai macam kegiatan festival tradisional hanya saja perlu orang-orang yang handal dalam pengelolaannya agar lebih menarik lagi sehingga dapat dijadikan sebagai sarana promosi desa wisata. Oleh karenanya apabila Prodi PKA ini dibuka, mahasiswa yang sudah dibekali keilmuan mengenai penyelenggaraan even ini bisa diberdayakan dalam bentuk program pengabdian ataupun sejenisnya. Dengan kata lain bahwa dari unsur masyarakat desa wisata juga membutuhkan dan mendukung berdirinya program studi ini.

Berdasarkan hasil dari pengumpulan data baik itu wawancara langsung ataupun hasil kegiatan *FGD*, seluruh *stakeholder* pariwisata baik unsur pemerintah maupun swasta merespon sangat positif usulan pendirian program studi ini. Mereka bahkan siap membantu jika memang dibutuhkan dalam proses pengusulan pendirian program Studi PKA di Poltekpar Lombok. Artinya keberadaan prodi ini juga dibutuhkan oleh industri. Maka, pendiriannya dipandang urgen.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Rata – rata calon mahasiswa memiliki minat yang tergolong positif dan baik untuk melanjutkan studinya di Prodi PKA di Poltekpar Lombok. Apabila melihat dari faktor motivasi, cita-cita, lingkungan, budaya, kampus, dan ekonomi. Faktor motivasi memiliki nilai rata – rata tertinggi, sementara faktor lingkungan memiliki nilai terendah meskipun tetap positif. Studi ini memiliki perbedaan dengan studi terdahulu.

2. Tanggapan dari pihak *stakeholder* pariwisata baik dari unsur pemerintah, swasta dan masyarakat mendukung penuh bahkan memandang urgen usulan pendirian Prodi PKA di Poltekpar Lombok.

Mengacu pada uraian pembahasan studi ini memiliki dua rekomendasi yang dapat menjadi tindak lanjut, diantaranya:

1. Pemerintah dapat menjadikan pertimbangan penting studi kelayakan atas usulan pendirian Prodi Sarjana Terapan PKA sebagai modal penting dalam membangun industri *MICE* di Lombok.
2. Studi ini memiliki keterbatasan metode, studi berikutnya direkomendasikan untuk menggunakan metode campuran dalam mengalisa minat pasar terhadap usulan pendirian prodi, sehingga didapatkan faktor prioritas yang dapat mendukung strategi pengembangan prodi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Allen, P., dan Hinrichs, C. (2007). *Buying into “buy local”: Engagements of United States local food initiatives*. In D. Maye, L. Holloway, & M. Kneafsey (Eds.), *Alternative food geographies*. Annals of the American Association of Geographers. London: Elsevier.
- [2] Andiani, N. D. (2014). *Pengelolaan Wisata Konvensi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [3] Ghazali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : UNDIP.
- [4] Ismawati, E. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa dan Sastra*. Surakarta: Yuma Pustaka
- [5] Kemenparekraf. (2020). <https://pedulicovid19.kemenparekraf.go.id/kemenparekraf-prioritaskan-industri-MICE-domestik-dalam-tatanan-new-normal/> diakses pada tanggal 12 januari 2021 pukul 10:06 WIB.
- [6] Kesrul, M. (2004). *Meeting, Incentive Trive, Conference, Exhibition*. Jakarta: Graha Ilmu



- [7] Krjogja. (2019). <https://www.krjogja.com/ekonomi/bisnis/peringkat-17-dunia-industri-MICE-indonesia-terus-digenjot/> diakses pada tanggal 12 januari 2021 pukul 10:04 WIB.
- [8] Montgomery, R.J dan Strick, S.K. (1995). *Meetings, conventions, and expositions- An introduction to the industry*. New York : Van Nostrand Reinhold.
- [9] Parasuraman, A., Zeithalm, V.. dan Berry L.. (2005). *SERVQUAL: A Multiple item*. PT. Logos Wacana Ilmu.
- [10] Pendit, N. S. (1999). *Wisata Konvensi, Potensi Gede Bisnis Besar*. PT Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- [11] Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 2 Tahun 2017 tentang Pedoman Tempat Penyelenggaraan Kegiatan (Venue) Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konvensi dan Pameran.
- [12] Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 6 Tahun 2017 Tentang Kurikulum Kompetensi Program Pendidikan Tinggi Di Lingkungan Kementerian Pariwisata
- [13] Priyatno, Duwi. 2013. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta : Gava Media.
- [14] Rojewski. J.W (2009). A conceptual framework for technical and vocational education and training. In R. Maclean, D. Wilson, & C. Chinien (Eds.), *International Handbook of Education for the Changing World of Work, Bridging Academic and Vocational Learning* (pp. 19-40). Bonn: Springer
- [15] Septemuryantoro, S. A. dan Dima, C.C. (2018). “Pembelajaran Wisata MICE (Meeting, Incentive, Conference And Exhibition) Untuk Menciptakan Sdm MICE Di Kalangan Mahasiswa Perhotelan Universitas Dian Nuswantoro”. Prosiding SENDI_U 2018. ISBN: 978-979-3649-99-3.
- [16] Setiana, M.A.T. (2017). Faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Motivasi Peserta Mengikuti Pelatihan Memasakdi LKP IONS Yogyakarta. Tugas Akhir Skripsi, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta.
- [17] Setyawan, H. (2018). “Daya Saing Destinasi MICE di Indonesia”. *Jurnal Pariwisata Terapan*, Vol. 2, No.1, 2018.
- [18] Sudaryono. (2019). *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*. Ed. 2. Depok: Rajagrafindo Persada
- [19] Sudira, Putu. 2015. *Menegakkan Kembali FT sebagai Fakultas Pencetak Guru Kejuruan Profesional dan Pengembangan Ilmu Pendidikan Vokasional*. Yogyakarta: Paper FTUNY.
- [20] Syardiansah. (2017). “Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Baru Memilih Program Studi pada Fakultas Ekonomi Universitas Samudra”. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol. 6, No.2, Nov 2017.
- [21] Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.
- [22] Warta Ekspor. (2011). *Potensi Industri MICE Indonesia*. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. Ed. Juli 2011.
- [23] Yoeti, O. (2000). *Manajemen Wisata Konvensi*. Jakarta: PT. Pertja



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN