

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Indonesia adalah sebuah Negara kepulauan terbesar di dunia yang terletak di Asia Tenggara dan Indonesia memiliki beberapa julukan yang dikenal seluruh dunia yaitu Negara Agraris, Negara Maritim, Negara Seribu Candi, dan Negara Seribu Pulau. Dengan julukan “Negara Seribu Pulau” menegaskan bahwa Indonesia adalah Negara kepulauan yang memiliki pulau terbanyak di dunia. Kekayaan alam Indonesia yang melimpah dan menyuguhkan keindahan alam yang mampu menjadikan Indonesia sebagai salah satu surga dunia. Secara astronomis Indonesia terletak di 6° garis lintang utara hingga 11° lintang selatan dan 95° garis bujur timur hingga 141° garis bujur timur. Indonesia terletak diantara dua benua yaitu Benua Asia dan Benua Australia serta Samudera Hindia dan Samudera Pasifik. Posisi Indonesia sangat strategis dan berkaitan dengan kondisi alam Indonesia. Kekayaan alam Indonesia telah dikenal hampir di seluruh dunia.

Pantai dan pegunungan yang menjadi salah satu kekayaan Indonesia yang dikenal oleh negara-negara di seluruh dunia. Memiliki potensi kekayaan alam yang indah Indonesia semakin berkembang dalam dunia Pariwisata. Dalam tiga tahun terakhir sejak ditetapkan Peraturan Presiden Nomor 21 Tahun 2016 terdapat 169 negara yang dapat masuk ke wilayah Indonesia tanpa visa dan dapat tinggal selama 30 hari di Indonesia. Selain itu, terdapat kenaikan angka wisatawan

mancanegara yang meningkat dan beberapa pencapaian Indonesia untuk terus mengembangkan pariwisata yang mewadai. Pada tahun 2017 lalu, tercatat sektor pariwisata Indonesia merupakan Negara dengan pertumbuhan pariwisata tertinggi peringkat Sembilan di dunia versi *The World Travel & Tourism Council* (WTTC). Menteri pariwisata juga memaparkan pertumbuhan pariwisata Indonesia Januari hingga Desember mencapai 22 persen. Pada tahun 2018, pemerintah telah mengembangkan 10 destinasi wisata prioritas yang mana disiapkan untuk tahun 2019 yaitu Danau Toba (Sumatera Utara), Tanjung Lesung (Banten), Tanjung Kelayang (Bangka Belitung), Kepulauan Seribu (DKI Jakarta), Candi Borobudur (Jawa Tengah), Kawasan Bromo-Tengger (Jawa Timur), Mandalika (Nusa Tenggara Barat), Labuan Bajo (Nusa Tenggara Timur), Wakatobi (Sulawesi Tenggara), dan Morotai (Maluku Utara). Tahun 2019, Masyarakat Sadar Pariwisata (Masata) menggelar Rembug Nasional Pariwisata Indonesia 2019 di Jakarta. Acara Rembug Nasional Pariwisata Indonesia digelar untuk pariwisata yang semakin maju sehingga memperkuat pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Pariwisata ditetapkan sebagai *Leading Sector* pembangunan ekonomi nasional. (sumber:www.travel.kompas.com)

Pariwisata dianggap sangat vital untuk pembangunan ekonomi nasional di Indonesia, karena dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan dapat mendorong pemerintah daerah membangun dan memelihara infrastruktur. Pemerintah bekerja sama dengan Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) berupaya untuk mendorong pengembangan sektor pariwisata dengan memperkuat koordinasi sekaligus mensinergikan kebijakan antar pemangku kepentingan. Dengan perkembangan sektor pariwisata dapat mempercepat penerimaan devisa

yang berdampak positif pada peningkatan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan bahwa pariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha. Indonesia memanfaatkan kekayaan alam yang ada. Pemerintah fokus dalam membangun dan membenahi sarana serta prasarana sebagai penunjang infrastruktur pariwisata untuk yang lebih baik. Pemerintah juga bekerja sama dengan para pelaku usaha pariwisata seperti pengusaha penyedia akomodasi (hotel berbintang maupun non-bintang), jasa biro perjalanan, pengusaha *souvenir*, maskapai penerbangan, dan mitra yang terlibat langsung maupun tidak terlibat secara langsung.

Upaya pemerintah untuk memajukan pariwisata Indonesia diantaranya:

1. Pemerintah membangun infrastruktur fisik seperti jalan tol Trans Jawa sepanjang 1.167 Kilometer
2. Pembenahan bandar udara dengan melengkapi fasilitas dan menambah kapasitas terminal bandar udara
3. Pembangunan fasilitas pelabuhan untuk *Cruise*, penyebrangan laut juga semakin mudah, murah
4. Pengembangan atraksi wisata kepada segmen wisatawan berkualitas seperti di Pulau Komodo, Labuan Bajo, dan Danau Toba

5. Memperkuat promosi pariwisata melalui promosi digital, pengembangan paket wisata, perluasan paket promo wisata guna meningkatkan lama tinggal (*Length of Stay*) wisatawan mancanegara,
6. Mendorong investasi dan pemilihan dalam pengembangan destinasi, serta peningkatan sumber daya manusia pariwisata, perbaikan dukungan data dan informasi antara lain penerbitan publikasi standarisasi dan kegiatan saha klasifikasi pengeluaran wisatawan mancanegara.

Dari upaya pemerintah membangun dan membenahi sarana dan prasarana dapat menarik wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Indonesia. Akomodasi seperti hotel atau *homestay* pun dilengkapi dengan fasilitas dan harga yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan baik mancanegara maupun wisatawan domestik. Data Kementerian Pariwisata mencatat jumlah tamu wisatawan mancanegara pada tahun 2016 11,5 juta, tahun 2017 naik menjadi 14,3 juta, tahun 2018 tercatat sebanyak 15,8 juta dan September 2019 tercatat 1.557.712 tamu mancanegara yang berkunjung ke Indonesia. Kunjungan wisatawan mancanegara tidak hanya karena kepentingan berlibur, ada yang datang ke Indonesia karena tugas atau sebagai perwakilan untuk menghadiri sebuah acara tertentu yang diselenggarakan di Indonesia. (sumber: [www.kemenpar.go.id](http://www.kemenpar.go.id))

Kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia sebagai perwakilan untuk menghadiri sebuah acara disebut sebagai wisatawan konvensi. Wisatawan konvensi datang ke suatu negara bukan karena kehendak diri sendiri, melainkan adanya tugas atau undangan yang mengharuskan wisatawan tersebut datang ke

suatu tempat. Wisatawan konvensi tidak memiliki waktu yang panjang untuk berpergian menikmati atraksi wisata karena kesibukannya. Indonesia memiliki slogan “*Wonderful Indonesia*” yang mana menggunakan konsep *branding* yang menarik. Pemerintah sengaja mengelat beberapa *event* bergengsi ditingkat dunia sebagai langkah strategi yang dianggap jitu. Indonesia sebagai fasilitator MICE seperti Asian Games 2018, Asian Para Games 2018, *Our Ocean Conference*, *World Conference on Creative Economy*, dan Pertemuan Tahunan IMF-Bank Dunia.

Menurut Kesrul (2004:3) 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*. Penjabaran mengenai MICE adalah sebagai berikut:

1. **Meeting** Pertemuan atau rapat merupakan kegiatan rutin perusahaan, namun dengan adanya perusahaan tingkat korporasi, kebutuhan meeting akan lebih beragam sehingga kegiatannya perlu mendapat perhatian yang lebih baik dari seorang *meeting planner* (organisasi atau orang yang melakukan perencanaan untuk penyelenggaraan rapat perusahaan).
2. **Perjalanan Insentif** Unsur yang terdapat dalam perjalanan insentif adalah bisnis dan wisata. Pada perjalanan insentif, kegiatan bisnis dan pariwisata dilakukan bersama untuk mencapai tujuan perusahaan. Perjalanan insentif sering diberikan untuk pegawai di satu perusahaan karena mereka berprestasi. Dalam perjalanan insentif, unsur wisatanya adalah perjalanan

ke destinasi yang memiliki daya tarik untuk dikunjungi, sementara unsur bisnis nya adalah menghadiri kegiatan seperti seminar, *workshop* atau konferensi. Perjalanan insentif tidak hanya dilakukan oleh perusahaan, tetapi banyak institusi pendidikan melakukan perjalanan insentif dengan format yang sama, misalnya kunjungan industri, kuliah lapangan, atau wisata studi yang dikemas seperti perjalanan insentif.

3. **Conference**, Konferensi adalah merupakan bisnis yang mempertemukan orang secara langsung dalam jumlah yang besar untuk berdiskusi mengenai suatu masalah, kasus, negosiasi, membangun hubungan dan jaringan bisnis, meningkatkan performa baik individu ataupun perusahaan. Konferensi biasa diselenggarakan dengan nama lain, seperti *summit*, *assembly*, *convention*, *congress*, *briefing*, dan *training*. Konferensi merupakan *event* bisnis yang mengedepankan komunikasi baik komunikasi internal (dalam bentuk pertemuan untuk penjualan, seminar, pelatihan, konferensi tahunan) maupun komunikasi dengan *audience* seperti konferensi pers atau *product launching*.
4. **Exhibition**, Eksibisi merupakan *event* yang tumbuh dan berkembang sangat cepat. Eksibisi biasanya menampilkan beragam jenis produk perusahaan yang dihadiri oleh banyak pengunjung untuk membeli produk. *Event* ini mempertemukan penyedia produk dan jasa dengan pembeli dalam satu tempat. Tujuan dari eksibisi adalah untuk memperkenalkan produk baru perusahaan kepada masyarakat luas. Dengan demikian dampak diselenggarakannya eksibisi adalah masyarakat mengetahui produk baru perusahaan. Walaupun tujuannya hanya ingin

memperkenalkan produk, tapi perusahaan juga menghendaki adanya peningkatan penjualan pada perusahaan. (Any Noor, 2013:24)

Pariwisata dan MICE sangat erat kaitannya selain dapat menaikkan angka wisatawan mancanegara dan MICE berkembang di dunia usaha Indonesia.

Dunia usaha di Indonesia saat ini telah memperlihatkan kemajuan yang menggembirakan terbukti dengan semakin menjamurnya berbagai bentuk badan usaha dalam bidang barang maupun jasa baik skala kecil maupun besar. Di Indonesia bisnis *event* menjadi salah satu target pengembangan Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif. *Event* adalah pameran, pertunjukan, atau festival dengan syarat ada penyelenggara, peserta, dan pengunjung. (Kennedy,2009)

Menurut Noor (2009), terdapat empat jenis *event*, yaitu *Leisure Event*, *Cultural Event*, *Personal Event*, dan *Organizational Event*. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. ***Leisure Event*** merupakan kategori *event* yang berkembang banyak pada kegiatan keolahragaan yang di dalamnya memiliki unsur pertandingan yang mendatangkan banyak pengunjung.
2. ***Personal Event*** kegiatan yang di dalamnya melibatkan anggota keluarga atau teman di mana kategori *event* ini dapat dikatakan lebih sederhana. Contoh pada *personal event* adalah pesta pernikahan.
3. ***Cultural Event*** merupakan kegiatan yang identik dengan budaya atau memiliki nilai social yang tinggi dalam tatanan masyarakat. Dalam perkembangan dan kemajuan teknologi yang kian pesat mendorong pula penyelenggaraan *cultural event* terkemas lebih menarik serta

menyesuaikan dengan situasi serta kondisi pada era *modern* sehingga menjadi suatu susunan serta padu padan yang berkesan.

4. ***Organizational Event*** bentuk *event* yang diselenggarakan pada *organizational event* adalah kegiatan yang disesuaikan dengan tujuan organisasi. Contoh bentuk *event* pada *organizational event* antara lain konferensi pada sebuah partai politik, pameran/expo yang diselenggarakan oleh suatu organisasi/perusahaan dengan kepentingan organisasi/perusahaan tersebut.

Penyedia penyelenggaraan *event* merupakan badan usaha dibidang jasa. Dalam perkembangannya, bisnis *event* atau penyedia penyelenggaraan acara ini sebagai bagian dari bisnis pariwisata yang telah banyak menyelenggarakan *event* menggunakan fasilitas dan infrastruktur kegiatan pariwisata. Pengelola penyedia penyelenggaraan acara dikenal sebagai *Event Organizer* (EO). *Event Organizer* (EO) merupakan sebuah organisasi yang bergerak dibidang jasa penyelenggaraan acara. Bisnis *event* dapat sejalan dengan pariwisata karena mayoritas *event* diselenggarakan di tempat tujuan wisata sehingga mampu menarik banyak pengunjung. Penggunaan fasilitas pariwisata sebagai bagian besar dalam bisnis *event* seperti banyak *event* diselenggarakan di tempat-tempat wisata atau di hotel. Perkembangan *event* bisnis seperti MICE di Indonesia mulai berkembang. *Event* bisnis berkembang dengan cepat karena banyak perusahaan menggunakan EO untuk suksesnya *event* yang akan diselenggara oleh perusahaan tersebut. Biasanya perusahaan menggunakan *event organizer* guna merencanakan dan membuat acara-acara yang berhubungan dengan MICE, seperti mengadakan rapat bagi perusahaan, pameran, insentif untuk karyawan, dan konferensi besar. Hampir

setiap minggu, bahkan setiap hari, terutama di kota-kota besar, dapat ditemukan kegiatan-kegiatan besar bernuansa promosi maupun non promosi yang melibatkan jasa *Event Organizer* untuk merancang, mempersiapkan, dan mengatur kegiatan tersebut agar dapat terselenggara dengan baik.

## 1.2 Permasalahan

1. Bagaimana penanganan *Event Meeting* Satuan Kerja Khusus Pelaksana Kegiatan Usaha Hulu Minyak dan Gas Bumi (SKK MIGAS) oleh PT Maxima Cipta Media Surabaya?

## 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

- Ingin mengetahui penanganan yang tepat dan sesuai prosedur perusahaan
- Ingin mengidentifikasi kesalahan yang terjadi dalam penanganan *event* MICE
- Ingin mengetahui tindakan yang dilakukan ketika terjadi kesalahan dalam penanganan *event* MICE

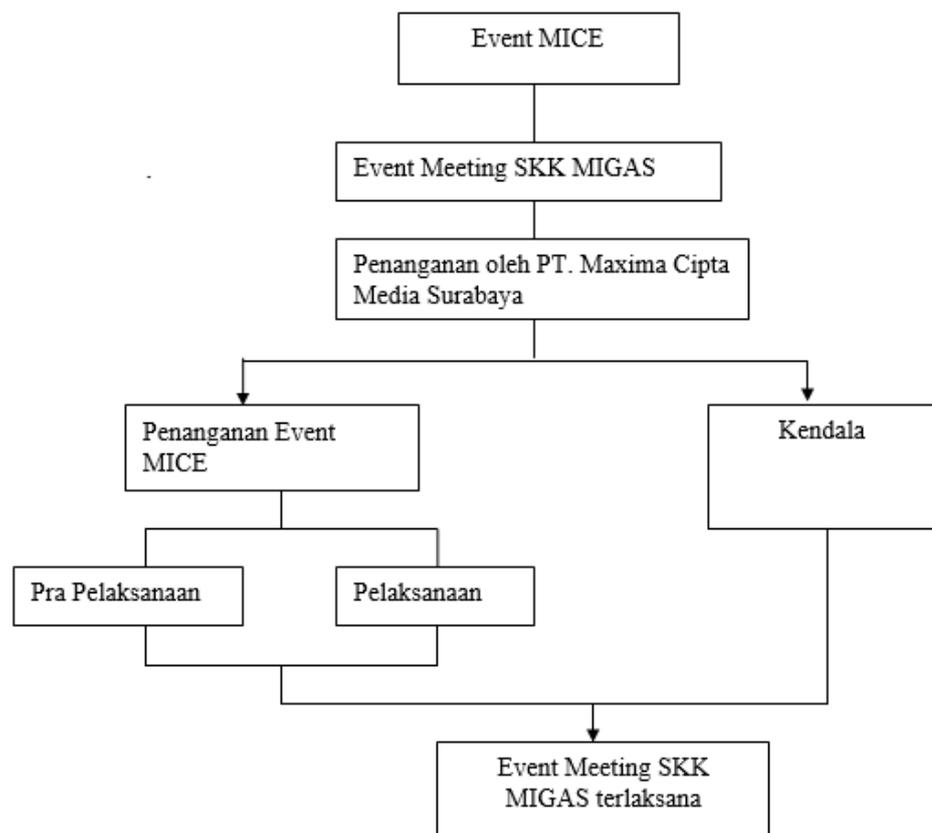
### 1.3.2 Manfaat

- a. Bagi peneliti sebagai objek penelitian guna memecahkan permasalahan mengenai penanganan *event* MICE
- b. Untuk sasaran / obyek dapat dijadikan acuan atau masukan sebagai salah satu pertimbangan untuk pemecahan masalah
- c. Untuk pembaca dapat dijadikan bahan bacaan untuk menambah ilmu pengetahuan di bidang bisnis

- d. Untuk D3 Kepariwisata/Bina Wisata Universitas Airlangga Surabaya dapat dijadikan sebagai salah satu sumber referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian tugas akhir.

#### 1.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dibuat oleh peneliti untuk mempermudah pembaca dalam membaca alur isi dalam tulisan ini. Kerangka pemikiran dibuat sedemikian singkat dan saling berhubungan sampai akhir penelitian. Adapun kerangka pemikiran yang dibuat sebagai berikut:



Menurut Any Noor (2013:8), *event* merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan

masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu. Perkembangan *event* bisnis MICE di Indonesia terutama di Surabaya terus meningkat. Hal yang mendukung Surabaya menjadi tempat yang potensial untuk penyelenggaraan *event* adalah:

- Kekayaan budaya yang dimiliki sehingga mampu menarik minat wisatawan MICE
- Sejarah yang menjadi daya Tarik
- Kualitas pelayanan di tempat penyelenggaraan sesuai dengan kebutuhan peserta MICE
- Infrastruktur yang dimiliki sangat baik untuk menyelenggarakan *event* bisnis.

*Organizational Event* bentuk *event* yang diselenggarakan pada *organizational event* adalah kegiatan yang disesuaikan dengan tujuan organisasi. Contoh bentuk *event* pada *organizational event* antara lain konferensi pada sebuah partai politik, pameran/expo yang diselenggarakan oleh suatu organisasi/perusahaan dengan kepentingan organisasi/perusahaan tersebut (Any Noor,2009). *Event meeting* Satuan Kerja Khusus Pelaksana Kegiatan Usaha Hulu Minyak dan Gas Bumi (SKK MIGAS) termasuk *event* yang diminta oleh klien untuk ditangani PT. Maxima Cipta Media yang mana pesertanya dihadiri oleh perwakilan setiap cabang perusahaan SKK MIGAS di Indonesia.

Berdasarkan penanganan dalam *event meeting* dibagi menjadi dua bagian yaitu pra pelaksanaan dan pelaksanaan. Terdapat proses produksi yang disebut *Standar Operation System* (SOP) (Wibowo, 2009) yaitu :

## 1. Pra Pelaksanaan

Merupakan tahap penting karena merupakan tahap awal untuk mengkomunikasikan pesan dan informasi kepada pihak-pihak berkepentingan.

### a) Penemuan Ide

Berbicara mengenai penyusunan konsep acara, tema acara, menentukan jenis acara, menentukan sumber daya manusia, melakukan meeting dengan pihak terkait. Penemuan ide merupakan tahap awal yang sangat penting. Ide yang dibuat harus kritis dan sesuai dengan kondisi yang ada.

### b) perencanaan

Merupakan tahap penyusunan *time schedule*, membuat proposal, membuat anggaran, estimasi biaya untuk kebutuhan acara.

### c) Persiapan

Merupakan tahapan pemberesan kontrak, perijinan, surat menyurat dengan pihak yang terkait acara.

## 2. Pelaksanaan

Dalam tahap ini kinerja *EO* akan dilihat dan dinilai oleh klien. Membutuhkan orang-orang dengan kinerja yang bagus. Namun seringkali apa yang direncanakan dalam pra produksi berbeda dengan apa yang dihadapi. Dibutuhkan kepekaan dalam improvisasi dan koordinasi yang lebih lagi.

Terdapat prosedur dan cara penanganan *event meeting*, akan saya bahas beberapa kesalahan yang sering terjadi dalam penanganan *event meeting*.

Beberapa kesalahan pra pelaksanaan *event meeting* meliputi, kesalahan dalam menentukan waktu dijadwal acara, kesalahan dalam koordinasi antar kru *event*, dan kesalahan dalam pelaksanaan *event meeting* meliputi acara tidak berlangsung tepat waktu yang telah ditentukan dalam jadwal dan kesalahan teknis operasional dalam alat-alat elektronik.

Kesalahan dapat terjadi karena kelalaian sumber daya manusia dan faktor di luar nalar manusia. Contoh kesalahan yang terjadi pada saat penanganan *event meeting* yakni:

- Kesalahan dalam pengkoordinasian antar kru *event*
- Kesalahan ketika peralatan tidak berfungsi dengan baik saat *event* berlangsung
- Kejadian tak terduga

Prosedur penanganan *event meeting* dikelola dengan *event organizer* dilakukan sesuai standar ketentuan yang ada. Apabila penanganan *event meeting* tidak sesuai dengan prosedur yang baik dan benar maka tidak menutup kemungkinan terjadi hambatan atau kendala dalam pelaksanaan *event meeting*. Hal tersebut dapat menimbulkan resiko kegagalan dalam proses pelaksanaan *event meeting*.

Kegiatan *event* tidak akan berjalan tanpa adanya bantuan Sumber Daya Manusia, bantuan peralatan khusus, dan kecanggihan teknologi. Kesalahan yang terjadi dalam penanganan *event meeting* seperti pelaksanaan yang tidak sesuai dengan perencanaan, *time schedule* yang tidak sesuai dengan perencanaan, dan beberapa kesalahan teknis yang terjadi ketika *event meeting* berlangsung.

Kesalahan yang terjadi tidak menutup kemungkinan karena adanya kelalaian dari Sumber Daya Manusia baik dari pihak *event organizer* maupun peserta.

Rohman, dkk (2010:24) mendefinisikan bahwa etika pelayanan publik adalah suatu cara dalam melayani publik dengan menggunakan kebiasaan-kebiasaan yang mengandung nilai-nilai hidup dan hukum atau norma yang mengatur tingkah laku manusia dianggap baik.

Penanganan *event meeting* telah dilakukan sesuai dengan SOP yang berlaku kemungkinan kecil terjadi kesalahan dalam penanganan. Pihak perusahaan terus meningkatkan kualitas pelayanan klien. Dengan begitu maka proses pelaksanaan *event meeting* dapat berlangsung secara lancar tanpa hambatan. Menurut Nasution (2001) dalam Majid (2009:49) kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana yaitu suatu keadaan di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.

### **1.5 Metodologi Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, karena dalam mengkaji permasalahan, peneliti tidak membuktikan ataupun menolak hipotesis yang dibuat sebelum penelitian tetapi mengolah data dan menganalisis suatu masalah tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantitatif.

Menurut Moleong (2017:6) metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantifikasi lainnya.

Sedangkan yang dimaksud dengan metodologi penelitian kualitatif menurut beberapa ahli lain, antara lain dalam Moleong (2014:4-6)

- a. Bogdan dan Taylor (1975) sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Jadi, dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian suatu keutuhan. Sejalan dengan definisi tersebut,
- b. Menurut Kirk dan Miller (1986) mendefinisikan Penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya.
- c. Menurut Denzin dan Lincoln (1987) penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metodologi yang ada.

Pendekatan kualitatif membantu memahami suatu proses, meneliti latar belakang suatu fenomena, meneliti hal-hal yang berkaitan dengan responden yang diteliti pada situasi yang alami. Pemilihan pendekatan kualitatif juga didasari oleh alasan bahwa pendekatan kualitatif bersifat fleksibel, sehingga memungkinkan

peneliti untuk menggunakan metode yang tepat sesuai dengan fenomena khusus dari suatu penelitian. (Chairani & Subandi,2010:51)

Alasan peneliti menggunakan metodologi penelitian kualitatif serta menggunakan data deskriptif disebabkan oleh beberapa pertimbangan:

1. Penelitian kualitatif mengenai data yang dikumpulkan lebih menekankan analisisnya pada proses penyimpulan deduktif dan induktif serta pada analisis.
2. Pengumpulan data juga berupa adanya beberapa kata-kata, gambar, dan bukan berupa angka-angka. Hal tersebut disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif.
3. Metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan peneliti dengan responden
4. Metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi

Dengan demikian, peneliti menggunakan analisis sampai pada taraf deskripsi yang mana menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah dipahami dan disimpulkan. Data penelitian berasal dari catatan laporan, foto, naskah wawancara, catatan pribadi, dan dokumen resmi lainnya. Kesimpulan yang akan diberikan selalu jelas dasar faktualnya sehingga semuanya selalu dapat dikembalikan langsung pada data yang diperoleh. Pada penulisan laporan, peneliti menganalisis data yang sangat kaya dan sedetail mungkin dalam bentuk aslinya.

### 1.5.1 Batasan Konsep

Batasan konsep merupakan definisi singkat dari sekelompok fakta atau gejala agar tidak terjadi perbedaan pandangan. Masalah adalah lebih dari sekedar pertanyaan, dan jelas berbeda dengan tujuan. Faktor yang berhubungan tersebut dalam hal ini mungkin berupa konsep, data empiris, pengalaman, atau unsur lainnya (Moleong, 2014:93).

Untuk membatasi permasalahan yang ada, peneliti membuat batasan konsep sebagai berikut:

MICE merupakan akronim dari *Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*. Menurut Kesrul (2004:3) 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*.

*Meeting* adalah istilah Bahasa Inggris yang berarti rapat, pertemuan, atau persidangan. Menurut Kesrul (2004:8) *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 kerja sama anggota dan pengurus, menyebarkan informasi terbaru, publikasi, hubungan kemasyarakatan.

*Event Organizer* adalah kegiatan profesional mengumpulkan dan mempertemukan sekelompok orang untuk tujuan perayaan, Pendidikan, pemasaran, dan reuni, serta bertanggung jawab mengadakan penelitian, membuat

desain kegiatan, melakukan perencanaan, dan melaksanakan koordinasi serta pengawasan untuk merealisasikan kehadiran sebuah kegiatan (Goldblatt, 2013).

*Event* dalam arti Bahasa Indonesia adalah acara. Hal atau pokok yang akan dibicarakan (dalam rapat, perundingan, dan sebagainya). Agenda seperti kongres akan disusun oleh panitia khusus.

Batasan konsep dibuat dengan maksud tata cara penanganan *event* MICE yang diterapkan sesuai dengan prosedur yang ada serta dilakukan dengan semaksimal mungkin.

### **1.5.2 Teknik Penentuan Lokasi**

Penelitian ini dilakukan Jalan Gunung Sari Indah NN no. 24 Surabaya 60223 – Jawa Timur, Indonesia. Telepon (031) 91877872-7662703, Fax (031) 7662703 dan penyelenggaraan MICE di Hotel JW Marriott Surabaya berada di Jalan Embong Malang No. 85-89, telepon (031)5458888, Adapun alasan penulis melakukan pemilihan lokasi tersebut dikarenakan sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan di kantor PT Maxima Cipta Media di Jalan Gunung Sari Indah NN no.24 Surabaya, sebagai aktivitas sebelum *event* terselenggara.
2. *Ballroom* Hotel JW Marriott Surabaya karena aktivitas *event* MICE dilakukan di area tersebut.
3. Lokasi *event* yang dikehendaki mencakup jumlah dan keinginan konsumen.

### 1.5.3 Teknik Penentuan Informan

Menurut Moleong (2014:132) Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan objek penelitian, peneliti memerlukan informan sebagai mitra untuk mendapatkan data-data penelitian. Dalam ketentuan atau memilih seorang informan diperlukan persyaratan yaitu: ia harus jujur, taat pada janji, patuh pada peraturan, tidak termasuk anggota salah satu kelompok yang bertingkaik dalam latar penelitian, suka bicara, dan mempunyai pandangan tertentu tentang peristiwa yang terjadi.

Bogdan dan Biklen (1981) mengemukakan bahwa pemanfaatan informan bagi peneliti agar dalam waktu yang singkat banyak informasi yang terjangkau, sehingga dijadikan informan. Karena informan dijadikan atau dimanfaatkan untuk bicara, bertukar pikiran / membandingkan suatu kejadian yang ditemukan oleh subyek lainnya. (Moleong,2014:40)

Dalam penelitian ini, peneliti menentukan informan berdasarkan fokus permasalahan dengan mempertimbangkan beberapa pihak-pihak yang dapat memberikan informasi dan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Adanya peran serta informan sangat perlu untuk menunjang kelancaran dalam penelitian. Adapun syarat-syarat informan adalah:

- a. Jujur
- b. Interaktif dan komunikatif
- c. Taat pada peraturan

- d. Subyek yang memiliki cukup informasi dan kesempatan untuk dimintai keterangan dan data yang dibutuhkan dalam penelitian

Dalam usaha menemukan informan dapat dilakukan dengan cara melalui keterangan beberapa orang yang berwenang baik formal maupun informal.

Peneliti mencari dan mengumpulkan data dengan cara mencari narasumber:

- a. *Event Director*

Karena sebagai pihak pengawas dan yang bertanggungjawab langsung atas *event meeting* SKK MIGAS 2019 sehingga dapat memberikan penulis informasi yang akurat dalam penanganan pra pelaksanaan dan pelaksanaan.

- b. *Crew Event dan Stage Manager*

Karena sebagai pihak yang terlibat secara langsung atas *event meeting* SKK MIGAS 2019 sehingga dapat memberikan penulis data dan informasi dalam penanganan *event* serta upaya dalam menangani kendala saat *event* berlangsung.

#### 1.5.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data berperan penting dalam suatu penelitian karena tujuan dari penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data dapat ditempuh dengan beberapa cara, dapat dilihat dari sumber data. Menurut Lofland dan Lofland (1984) mendefinisikan sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Pengumpulan data dapat berupa data primer dan data sekunder atau dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu :

##### a. Kualitatif

Menurut Sugiyono (2014:224) data kualitatif adalah data yang tidak menggunakan angka (numerik) dan penelitian datanya pun lebih bersifat seni (kurang berpola) dan data yang dihasilkan dari penelitian ini pun lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan.

Dalam penelitian ini, data penelitian yang digunakan adalah data primer atau data pertama (data yang dikumpulkan dan diolah sendiri) dan data sekunder atau data tangan kedua (data yang sudah tersedia, dikumpulkan pihak lain) yang mana data sekunder sebagai data pendukung dan pelengkap data penelitian.

##### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber data dengan observasi langsung, (Sugiyono,2014:224), sedangkan menurut Moleong (2014:157) kata-kata dan

tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data utama.

#### b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2014:224) data sekunder ialah data pendukung yang diperoleh dari sumber lain dan/atau lewat perantara lain yang berkaitan dengan penelitian.

Pengumpulan data penelitian dapat dilakukan berbagai cara sebagai berikut:

##### 1. Observasi

Pengamatan adalah penelitian yang bertujuan untuk mengembangkan pengertian tentang kerumitan atas situasi sosial dan hubungan-hubungan sosial yang ada. Metode ini merupakan model pengamatan dari dekat dengan penelitian terjun langsung ke lapangan dan berperan sebagai pengamat dan peninjauan lingkungan yang diteliti (Moleong, 2010:174)

Sugiyono (2013:203) menyatakan teknik pengumpulan data observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam, dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Sedangkan, menurut Nasution (1988) dalam Sugiyono (2014:226) bahwa observasi ialah dasar dari semua ilmu pengetahuan.

Observasi terbagi menjadi dua jenis yaitu observasi berpartisipasi dan observasi non partisipasian. Observasi partisipasi berarti suatu proses pengamatan yang dilakukan oleh pengamat dengan ikut mengambil bagian dalam kehidupan orang-orang yang akan diobservasi. Sedangkan, observasi non partisipan adalah di mana pengamat tidak ikut dalam kehidupan orang yang akan diamati, dan secara terpisah berkedudukan selaku pengamat.

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan observasi berpartisipasi dan menggunakan metode pengamatan terkendali yang mana peneliti terjun langsung ke lapangan pada saat penelitian. Tujuan peneliti melakukan observasi berpartisipasi dan menggunakan metode terkendali agar peneliti dapat fokus pada permasalahan dan mengumpulkan data penelitian yang valid.

## 2. Wawancara

Pengumpulan data melalui wawancara peneliti lakukan dengan tanya jawab secara langsung dengan berbagai informan agar mampu mengumpulkan berbagai informasi yang diperlukan dalam penelitian. Menurut Moleong (2014:186) Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (peneliti) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (informan) yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan. Sugiyono (2013:320) menjelaskan dalam melakukan wawancara, peneliti perlu

mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan. Sebagaimana dinyatakan oleh Esterberg (2002) dalam Sugiyono (2014:226) bahwa wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Jenis wawancara yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara pembicaraan informal, yaitu di mana wawancara dilakukan dengan suasana dan kondisi biasa, wajar, dan pertamuaam serta jawaban berjalan seperti biasa dalam kehidupan sehari-hari. Wawancara ada tiga macam meliputi wawancara terstruktur, wawancara semistruktur, dan tak terstruktur. Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik wawancara semistruktur yang mana teknik wawancara semistruktur adalah wawancara yang dilakukan oleh peneliti dalam pelaksanaannya tidak terpaku pada susunan pertanyaan yang telah dibuat, yang artinya teknik wawancara semistruktur lebih bebas dan pertanyaan yang telah tersusun dapat berubah tidak terstruktur karena dapat berkembang sesuai jawaban informan.

Tujuan peneliti menggunakan teknik wawancara ini adalah mempermudah dalam pengumpulan data dan informan lebih bebas dalam memberikan informasi terkait dengan prosedur penanganan *event MICE* di *Ballroom* hotel JW Marriott Surabaya.

### 3. Penggunaan bahan dokumen

Menurut Guba dan Lincoln (1981) dalam Moleong (2014:217) dokumen dan *record* digunakan karena merupakan alasan-alasan yang dapat dipertanggungjawabkan seperti berikut:

- a. Dokumen dan *record* digunakan karena merupakan sumber yang stabil, kaya, dan mendorong
- b. Berguna sebagai bukti untuk suatu pengujian
- c. Keduanya berguna dan sesuai dengan penelitian kualitatif karena sifatnya yang alamiah, sesuai dengan konteks, lahir, dan berada dalam konteks
- d. *Record* relatif murah dan tidak sukar diperoleh, tetapi dokumen harus dicari dan ditemukan
- e. Keduanya tidak reaktif sehingga sukar ditemukan dengan teknik kajian isi
- f. Hasil pengkajian isi akan membuka kesempatan untuk lebih memperluas tubuh pengetahuan terhadap sesuatu yang diselidiki.

Dokumen yang digunakan seperti berita, foto dokumentasi, data yang relevan penelitian, buku dan literatur-literatur yang ada di perpustakaan serta yang ada kaitannya dengan tema penelitian tersebut. Metode dokumentasi ini dipergunakan peneliti untuk

memperoleh data maupun konsep data, sesuai konteks, lahir, dan berada dalam konteks.

### **1.5.5 Teknik Analisa Data**

Analisa data merupakan suatu upaya yang dilakukan jalan secara formal untuk memberikan kesan sederhana dalam menyusun tema-tema dan gagasan-gagasan sehingga dapat dengan mudah dibaca dan dipahami untuk kemudian menginterpretasikan secara sistematis.

Menurut Moleong (2014:280) mendefinisikan teknik analisis data pada penelitian ini mengacu pada proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar.

Pada tahap ini penulis menggunakan data-data yang telah terkumpul guna dikerjakan dan dimanfaatkan dengan harapan dapat menyimpulkan kebenaran sehingga dapat dijadikan solusi dalam membahas atau memecahkan permasalahan yang diajukan oleh penulis. Dalam analisis ini, peneliti akan memaparkan data-data yang telah diperoleh secara teoritis dan akan dipaparkan sedetail mungkin guna memperoleh kesimpulan yang memadai. Teknik analisa data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis data kualitatif dengan melakukan analisis secara intensif terhadap data yang telah diperoleh di lapangan berupa kata-kata.

Beberapa langkah-langkah dalam menganalisa data yang peneliti gunakan, sebagai berikut:

## 1. Pengumpulan Data

Dalam langkah awal adalah pengumpulan data yaitu mengumpulkan data yang diperoleh dari lokasi penelitian dengan yang pertama peneliti akan melakukan observasi, yang kedua setelah menyusun panduan wawancara peneliti mewawancarai subjek yang telah ditentukan meliputi *Event Director*, *Crew Event*, dan *Stage Manager*, dan dokumentasi dilakukan secara bersamaan ketika observasi juga mewawancarai informan dalam hal ini menggunakan catatan pribadi, *record*, atau foto. Langkah-langkah tersebut yang menentukan strategi pengumpulan secara tepat dan untuk menentukan fokus serta pendalaman data.

## 2. Reduksi Data

Reduksi data yaitu sebagai proses seleksi, pemfokusan, pengabstrakan, transformasi data kasar yang ada di lapangan langsung, dan diteruskan pada waktu pengumpulan data, dengan demikian reduksi data dimulai sejak peneliti mulai memfokuskan wilayah penelitian.

### 3. Penyajian Data

Setelah melakukan reduksi data, selanjutnya melakukan penyajian data yaitu rakitan organisasi informasi yang memungkinkan penelitian dilakukan. Dalam penyajian data diperoleh berbagai jenis data, jaringan kerja, keterkaitan atau tabel dan yang sering digunakan dalam penyajian data adalah dengan menggunakan teks naratif. Maka data akan terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan sehingga mempermudah dalam penyajian data.

### 4. Penarikan Kesimpulan

Pada tahap ini dalam pengumpulan data dalam analisa data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Penarikan kesimpulan, peneliti harus memahami dan mengerti terhadap sesuatu yang diteliti langsung di lapangan dengan menyusun pola-pola pengarahannya sebab-akibat. Sehingga dapat mempermudah peneliti dalam mengambil kesimpulan terhadap permasalahan yang ada.