

## IDENTIFIKASI POTENSI EVENT VENUE DALAM Mendukung KEGIATAN MICE DI Kota Bandung

**Desy Oktaviani**

*Universitas Widyatama*

*desy.oktaviani@widyatama.ac.id*

### ABSTRAK

Kota Bandung mempunyai keragaman potensi daya tarik dan aktivitas wisata baik alam, budaya maupun kegiatan khusus (*special event*) sehingga menjadi destinasi wisata MICE yang cukup prospektif. Pengembangan potensi *event venue* mempunyai peran besar dalam mendukung kegiatan MICE di kota Bandung. Adapun fokus penelitian ini adalah kegiatan wisata MICE, elemen pariwisata pendukung dan kebijakan terkait pengembangan kegiatan MICE di kota Bandung. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi *event venue* dalam mendukung kegiatan MICE di kota Bandung. Pengumpulan data premier diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap pengelola hotel bintang 3, 4 dan 5 serta *Exhibition Hall*. Selanjutnya wawancara mendalam terhadap pemerintah dan stakeholder untuk mengetahui sejauhmana kebijakan dan pengelolaan kegiatan MICE termasuk kendala-kendala yang dihadapi. Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan wawasan yang lebih luas terkait potensi kegiatan MICE serta dapat berkontribusi dari segi ekonomi maupun penyediaan lapangan kerja yang sangat besar bagi masyarakat. Selain itu, penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan masukan bagi pihak-pihak terkait terutama para pembuat kebijakan yang akan mengembangkan kegiatan MICE. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kota Bandung memenuhi kriteria destinasi kegiatan MICE skala ukuran kecil dan menengah dengan kisaran peserta 20 hingga 200 orang. Dari sisi elemen penunjang pariwisata, kota Bandung sudah siap untuk penyelenggaraan kegiatan MICE yang didukung oleh pemerintah melalui pengembangan destinasi wilayah Bandung Timur.

**Kata kunci:** Kegiatan MICE, Elemen Pariwisata Pendukung, *Event Venue*, Kebijakan MICE

### ABSTRACT

*Bandung has diversity of potential attraction and tourism activity including natural attraction, culture and special event which make it become prospective destination of MICE tourism. The development of event venue potency have big role to support MICE activity in Bandung. Focus of this study is MICE tourism activity, supported tourism element, and policy on MICE activity development in Bandung. Qualitative study is aim for identification event venue potency in supporting MICE activity in Bandung. Premier data collected by deep interview with 3, 4 and 5 star hotel and event venue manager. Interview with government and stakeholder to find out policy and management of MICE activity including obstacles. The study provide knowledge and broader insight related to MICE activity potency and contributing in economic and providing extensive employment opportunities. The study can be useful as input material for related parties and policy maker in developing MICE activity. The research show that Bandung meets the criteria of small and middle scale MICE activity destination with 20 to 200 participants. In terms of supporting elements of tourism, Bandung is ready in implementation MICE activity supported by government by developing East Bandung destination.*

**Keywords:** MICE Activity, Supporting Tourism Element, *Event Venue*, MICE Policy

## 1. PENDAHULUAN

Pendapatan sektor pariwisata pada tahun 2016 menjadi penyumbang urutan kedua sebesar USD13,5 juta setelah minyak sawit (Kompas.com). Pengunjung ke suatu destinasi dapat dikategorikan menjadi dua kelompok besar, yaitu *leisure visitor* dan *business visitor*. Pertama, *leisure visitor* berkunjung ke suatu destinasi mempunyai motivasi untuk rekreasi. Kedua, pada kunjungan *business visitor* mempunyai motivasi untuk melakukan urusan tertentu (*business*), misalnya mengikuti kegiatan konferensi, seminar, pameran, dan lain-lain. Kelompok kedua ini termasuk dalam industri MICE (Redor, 2016). Secara global, antara 2017-2023 diperkirakan kegiatan MICE akan tumbuh rata-rata 7,5% per tahun. Volumennya akan melonjak dari USD725 miliar pada 2017, menjadi USD1,245 miliar pada 2023. (Indonesia.go.id). Menurut Nasution (2014) dampak ekonomi dari bisnis *event*, bahwasanya potensi MICE sangat besar, bukan hanya dari perputaran uang dan bisnis *event*nya saja, melainkan juga dampaknya terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja. Dari analisis Oxford Economics 2018, dampak ekonomi sektor bisnis *event* di Indonesia menempati urutan ke-17, mengalahkan Thailand yang ada di posisi ke-22. Jika dirinci, dampak ekonominya mencakup *direct spending* sebesar USD6,3 miliar, *direct GDP* USD3,9 miliar, rata-rata pengeluaran per peserta USD296, jumlah partisipan 21,4 juta, dan membuka lapangan pekerjaan bagi 104.000 orang.

Kota Bandung yang merupakan salah satu destinasi unggulan Jawa Barat, mempunyai daya tarik khas dan variasi produk wisata terutama wisata perkotaan, seperti pendidikan, budaya, belanja dan kuliner. Selain itu, kota Bandung mempunyai keragaman potensi daya tarik dan aktivitas wisata baik alam, budaya maupun kegiatan khusus (*special event*) sehingga menjadi destinasi wisata MICE yang cukup prospektif. Menurut Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat Mohammad Arifin Sudjayana (Wartakota, 21 Juli 2019), mengutarakan Jawa Barat berambisi untuk mengembangkan industri MICE yang terbagi menjadi dua skala pembangunan fisik dan fasilitas MICE. Dalam pengembangannya untuk skala lokal tersedia lahan seluas empat hektar di pusat kota Bandung, yaitu Surapati, sedangkan skala regional dan internasional, pemerintah provinsi Jawa Barat akan membangun fasilitas MICE yang terintegrasi dengan fasilitas lain yang dapat menjadikan destinasi *leisure*.

Menurut Mohammad Arifin, Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat (Wartakota, 21 Juli 2019), saat ini pemerintah provinsi Jawa Barat sedang membangun West Java Exhibition & Convention Center di kawasan Tegalluar, Gedebage, Kota Bandung. Lokasi tersebut merupakan simpul jaringan dari rencana transportasi kereta cepat Jakarta-Bandung dan rencana pusat pemerintahan Provinsi Jawa Barat. Berdasarkan data dari International Association Meeting Market ICCA 2018, Bandung berada di urutan ke-63 kota penyelenggara di Asia Pasifik dengan 10 *meeting* bertaraf internasional. Meningkatnya permintaan akan kegiatan MICE di kota Bandung memerlukan kesiapan fasilitas maupun kebijakan, terutama pada elemen dasar penyelenggaraan kegiatan MICE seperti akomodasi (hotel dan ruang pertemuan), bandar udara, sarana transportasi serta keamanan. Dengan ditetapkannya kota Bandung sebagai destinasi MICE, secara tidak langsung memerlukan upaya-upaya strategis dan pembenahan serta berkesinambungan. Kegiatan MICE di kota Bandung tidak hanya dilakukan oleh para pelaku bisnis, asosiasi dan dunia pendidikan tetapi juga dari pemerintah dan partai-partai politik. Hal ini juga dapat dilihat dari semakin banyaknya permintaan dukungan dari pemerintah, mulai dari kegiatan *bidding*, promosi, *delegate boosting* dan *site visit* dalam memperkaya program pada suatu penyelenggaraan MICE. Untuk mengetahui kegiatan MICE di kota Bandung, maka dibutuhkan penelitian yang terkait dengan identifikasi tempat penyelenggaraan MICE dan elemen pariwisata yang mendukung kegiatan MICE sehingga dapat mendukung pengembangan pariwisata di kota Bandung. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana potensi *event venue* dalam mendukung kegiatan MICE di kota Bandung

dilihat dari jenis kegiatan, elemen pariwisata pendukung kegiatan MICE serta kebijakan pemerintah baik kebijakan pemerintah kota Bandung maupun pemerintah Provinsi Jawa Barat. Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi potensi *event venue* dalam mendukung kegiatan MICE di kota Bandung. Adapun sasaran yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah teridentifikasinya potensi *event venue* dilihat dari kegiatan MICE sebagai salah satu daya tarik wisata perkotaan di Kota Bandung serta teridentifikasinya elemen pendukung kegiatan MICE di kota Bandung. Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat akademis dan praktis. Dari segi akademis, penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan wawasan yang lebih luas terkait potensi *event venue* serta dapat berkontribusi dengan baik dari segi ekonomi dan penyediaan lapangan kerja yang sangat besar bagi masyarakat. Dari sisi praktis, penelitian ini menekankan kajian mengenai potensi *event venue* dalam mendukung kegiatan MICE yang saat ini mengalami perkembangan yang cukup pesat dan menjadi variasi kegiatan wisata bagi daerah-daerah khususnya di kota Bandung. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan bagi pihak-pihak terutama para pengambil kebijakan yang akan mengembangkan kegiatan MICE bagi pemerintah maupun swasta.

## 2. KERANGKA TEORITIS

Kegiatan MICE termasuk ragam kegiatan wisata dengan segmen wisatawan *business* atau *professional*. Peserta atau delegasi MICE dalam melakukan perjalanannya mempunyai tujuan utama menghadiri suatu kegiatan atau *event* yang berhubungan dengan bisnis dan biasanya dipadukan dengan kegiatan wisata. Wisata MICE atau dikenal dengan wisata konvensi menurut Undang-undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata didefinisikan sebagai usaha jasa konvensi, perjalanan insentif, dan pameran adalah suatu usaha yang memberikan jasa bagi suatu pertemuan sekelompok orang, menyelenggarakan perjalanan bagi karyawan dan mitra usaha sebagai imbalan atas prestasinya serta menyelenggarakan pameran dalam rangka menyebarluaskan informasi dan promosi suatu barang dan jasa yang berskala nasional, regional dan internasional. Mengacu pada Peraturan Menteri Pariwisata RI nomor 5 tahun 2017 tentang pedoman Destinasi Penyelenggaraan Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konvensi dan Pameran. Pada peraturan tersebut tercantum 4 faktor kriteria yaitu Aksesibilitas MICE, Atraksi MICE, Amenitas MICE serta SDM dan dukungan stakeholder MICE

### Tempat Penyelenggaraan *Event (Event Venue)*

Kegiatan MICE memiliki ciri-ciri khusus yang membedakannya dengan produk wisata pada umumnya yaitu memadukan kegiatan bisnis dengan kegiatan wisata yang dikemas dalam satu paket (Kesrul, 2004). Kegiatan MICE dapat dilakukan di hotel, gedung pertemuan, perguruan tinggi bahkan area public seperti lapangan bahkan raya. *Exhibition* dan *Convention Center* adalah tempat yang biasa dijadikan sebagai tempat pameran. Istilah *Convention Center* digunakan untuk menggambarkan sebuah gedung dengan kelengkapan fasilitas eksibisi, *hall* dan konvensi tetapi tidak dilengkapi dengan fasilitas menginap (Noor, 2013), sedangkan *exhibition center* menurut Lawson dalam Kusuma (2014) merupakan gabungan yang harus mawadahi 3 fungsi pertemuan (*meeting*) konferensi (*Conference*) dan pameran (*Exhibition*). Kusuma (2014), *exhibition center* merupakan suatu desain bangunan yang bercampur serta berkolaborasi dengan fungsinya karena berbagai macam kegiatan konvensi, *meeting* ataupun eksibisi memiliki jenis aktivitas yang bermacam-macam sehingga perlu penyelesaian yang berbeda di setiap tatanan ruangnya, seperti aktivitas konvensi yang harus tertutup membutuhkan suatu desain tata ruang, sedangkan eksibisi dan kegiatan lainnya yang bersifat non-private membutuhkan tatanan yang berbeda. Menurut Mohammadi (2010) terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam *convention* dan *exhibition center* yaitu lokasi dan pencapaian. Lokasi berdekatan dengan jalan utama dan

lalu lintas yang lancar. Ruang dan fasilitas yaitu ruang *conference* utama, *exhibition hall*, *service food* untuk peserta konvensi. Menurut Hafidz (2007) kemudahan akses dan jangkauan tempat penyelenggaraan harus mudah dijangkau baik menggunakan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum.

### **Karakteristik kegiatan MICE**

Menurut Andiani dan Nyoman Dini (2014) karakteristik kegiatan MICE adalah :

- Jumlah peserta MICE yang menghadiri konvensi dan pameran adalah cukup besar atau kelompok
- Status tingkatan golongan, peserta mempunyai status golongan menengah ke atas
- Biaya yang dikeluarkan jauh lebih besar baik peserta atau penyelenggara.
- Meniptakan potensi kesempatan dan lapangan baru, menyerap sumber daya manusia yang besar
- Sebagai media promosi yang efektif
- Pelaksanaannya dilakukan pada musim sepi, mengingat pada musim ramai peserta dihadapkan pada bisnisnya sendiri.

### **Ukuran dan skala kegiatan MICE**

Menurut Noor (2007) suatu kegiatan MICE dapat diukur sebagai berikut:

- MICE ukuran kecil  
Konvensi yang berupa rapat tertutup untuk lingkungan perusahaan atau organisasi dengan peserta yang sangat terbatas dan dihadiri oleh peserta berjumlah 20-50 orang termasuk dalam kategori kegiatan MICE ukuran kecil.
- MICE ukuran sedang atau menengah Jumlah peserta pada kegiatan ini antara 60-200 orang.
- MICE ukuran besar MICE ukuran besar memiliki kebutuhan dengan skala ukuran lebih besar, lebih luas dan lebih kompleks. MICE ukuran besar berkapasitas 200-20.000 orang atau lebih. *Event* MICE yang lebih besar memerlukan fasilitas akomodasi yang dapat menampung jumlah peserta konvensi atau pameran. Disamping fasilitas ruang penyelenggaraan yang lebih lengkap dan modern, pada *event* besar harus dapat memberikan acara-acara yang bervariasi pada program pendukung kegiatan, seperti adanya pameran, *show*, program kunjungan sosial dan lainnya.

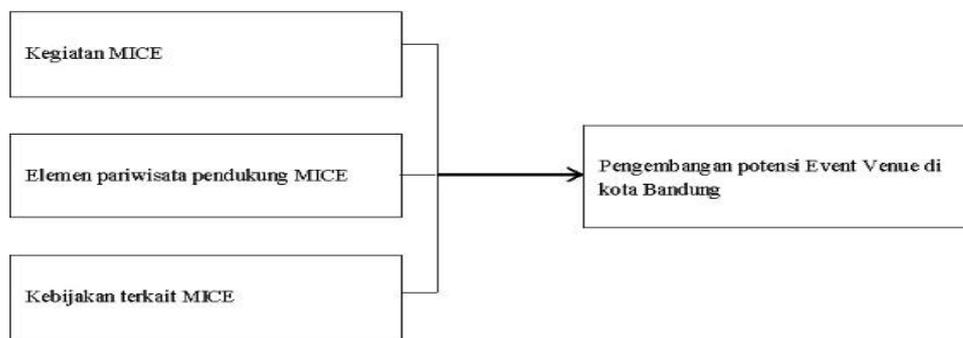
### **Elemen Pariwisata Pendukung MICE**

*Urban tourism* merupakan suatu bentuk kegiatan wisata yang memanfaatkan fasilitas perkotaan yang memberikan suatu pengalaman bagi wisatawan karena atribut yang dimiliki oleh kota tersebut, misalnya Kota Bandung dikenal sebagai *Paris van Java* atau pusat mode Indonesia, destinasi wisata kuliner dan belanja. Menurut Peter (2008), bahwa suatu destinasi pariwisata harus memiliki produk wisata yang terdiri dari tiga elemen, yaitu: Daya tarik (*attraction*) adalah elemen yang mampu menarik wisatawan atau memiliki daya pikat pengunjung menuju ke suatu tempat pariwisata. Daya tarik tersebut dapat berupa alam yang menarik, kebudayaan daerah yang menawan, seni petunjuk yang menarik dan hangunan peninggalan kolonial. Aksesibilitas merupakan salah satu faktor yang mampu mempengaruhi seseorang dalam melakukan kunjungan ke lokasi daya tarik wisata, seperti tersedianya transportasi lokal, terminal, bandara, stasiun kereta api. Fasilitas pendukung (*amenities*), fasilitas pendukung ini tidak selalu sebagai daya tarik utama, tetapi keberadaan dan kualitasnya dapat mempengaruhi pengunjung untuk melakukan kunjungan ke lokasi *event*. Daya tarik fasilitas pendukung ini dapat berupa hotel, *convention hall*, rumah makan, tempat belanja, *money changer* dan agen perjalanan.

Sedangkan menurut Page dan Hall (2009), mengemukakan bahwa elemen-elemen produk pariwisata perkotaan terdiri dari: Elemen Primer yang terbagi menjadi 2 komponen yaitu tempat kegiatan yang terdiri dari fasilitas budaya (*convention hall*, bioskop, ruang pameran museum, galeri seni, dan gedung pertunjukan), fasilitas olahraga (tertutup maupun terbuka), dan fasilitas hiburan (hiburan malam, kasino, tempat-tempat rekreasi lainnya). Karakteristik fisik seperti monumen bersejarah, bangunan rumah ibadah, pelabuhan, pola jalan historis, bangunan- bangunan yang menarik, taman dan area hijau. Fitur sosial budaya seperti cerita rakyat, keramah tamahan penduduk, bahasa, kehidupan masyarakat, adat istiadat dan busana daerah serta keamanan. Selain elemen primer elemen produk pariwisata perkotaan yang juga penting adalah elemen sekunder atau fasilitas penunjang pariwisata seperti hotel, fasilitas makan dan minum, pasar dan fasilitas belanja. Serta adanya elemen tambahan atau fasilitas penunjang lainnya seperti fasilitas parkir, pusat informasi pariwisata, kantor pos dan lain-lain. Sementara itu untuk kegiatan MICE, McCartney, Glenn (2008) menentukan kriteria suatu destinasi penyelenggaraan konvensi harus memiliki tujuh kriteria, antara lain:

- Aksesibilitas, Daerah destinasi MICE membutuhkan fasilitas aksesibilitas baik dari darat, laut maupun udara. Transportasi yang mudah, aman, efisien dan bebas hambatan mempermudah para konsumen MICE dalam menjangkau kawasan tersebut.
- Dukungan daerah, sejauh mana dukungan pemerintah (kebijakan), asosiasi dan sector swasta dalam penyelenggaraan event di suatu destinasi.
- Fasilitas pendukung
- Fasilitas meeting
- Daya dukung lingkungan, daya tarik dari suatu destinasi baik itu daya tarik alam, iklim, kesediaan infrastuktur dan keramahan penduduk lokal
- Kriteria penunjang lainnya, menyangkut keamanan publik suatu destinasi

### Paradigma Penelitian



Gambar 1. Paradigma Penelitian

Penelitian ini adalah berfokus pada tiga aspek yakni kegiatan wisata MICE, elemen pariwisata pendukung dan kebijakan terkait pengembangan kegiatan MICE di kota Bandung sehingga dengan teridentifikasi ke tiga elemen tersebut diharapkan memudahkan dalam pengembangan potensi event venue untuk mendukung kegiatan MICE di kota Bandung.

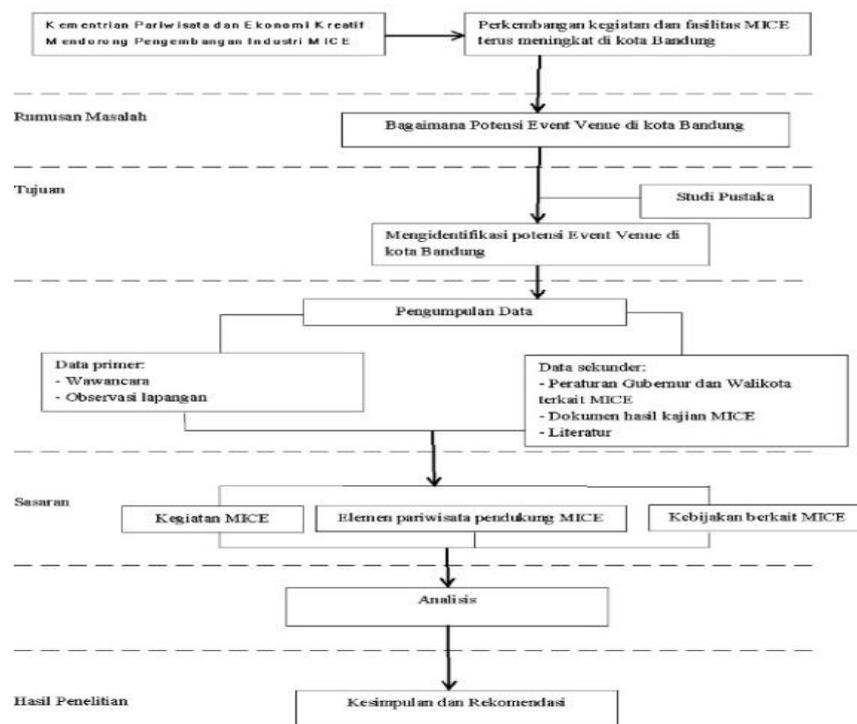
### 3. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini metodologi penelitian yang dilakukan meliputi metode pengumpulan data dan metode analisis. Metode pengumpulan data untuk mengetahui potensi dan pengembangan

kegiatan MICE yang difokuskan kepada kegiatan wisata konvensi dan event sebagai salah satu daya tarik wisata perkotaan khususnya di kota Bandung. Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah: Pengumpulan data premier diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap pengelola hotel bintang 3, 4 dan 5 serta event venue untuk mengetahui bagaimana kegiatan MICE di kota Bandung. Selanjutnya wawancara mendalam terhadap pemerintah dan stakeholder (akademisi, asosiasi dan pelaku usaha pariwisata) untuk mengetahui sejauhmana kebijakan dan pengelolaan kegiatan MICE termasuk kendala-kendala yang dihadapi. Dalam pemilihan informan, penulis menggunakan metode *purposive sampling* yaitu teknik penentuansampel dengan cara mengambil subyek yang didasarkan atas tujuan tertentu. Teknik ini dilakukan karena informan yang dipilih didasarkan atas kompetensi informan sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui potensi *event venue* dalam mendukung kegiatan MICE di kota Bandung. Selain itu pula dilakukan pengumpulan data premier yang diperoleh dari observasi lapangan dan pengambilan gambar. Observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan secara langsung di lapangan dan bertujuan untuk melengkapio kegiatan analisis tentang potensi *event venue* yang terdapat di lokasi penelitiann dan mendapat gambaran langsung dalam kegiatan MICE di kota Bandung. Selain pengumpulan data primer, diperoleh juga data dari survey instansional yang dilakukan dengan menyalin atau mengutip data dalam bentuk bagan-bagan, data statistic, peta-peta dan catatan yang sudah ada. Data yang diperlukan berupa dokumen resmi dari isntansi pusat, Dinas baik pemerintah provinsi Jawa Barat dan pemerintah kota Bandung terkait kegiatan dan kebijakan di bidang pariwisata khususnya kegiatan MICE.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menganalisis data berupa dokumen, literatur, hasil kajian dan rekap hasil wawancara. Secara umum, analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis skala kegiatan MICE, analisis hambatan yang dihadapi baik hambatan internal maupun eksternal, analisis elemen wisata pendukung MICE dan analisis kebijakan.

### Langkah Penelitian



Gambar 2. Langkah Penelitian

Tatalaksana penelitian ini dimulai dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang mendorong pengembangan industri MICE di kota-kota tujuan MICE salah satunya adalah Bandung. Kemudian merumuskan rumusan masalah bagaimana potensi *event venue*

di kota Bandung. Setelah merumuskan masalah dengan kajian studi pustaka diharapkan dapat mengidentifikasi potensi *event venue* di kota Bandung. Setelah merumuskan tujuan maka tahapan selanjutnya adalah pengumpulan data baik itu data primer maupun sekunder dengan sasaran analisis kegiatan MICE, Elemen pariwisata pendukung MICE, kebijakan terkait dengan MICE.

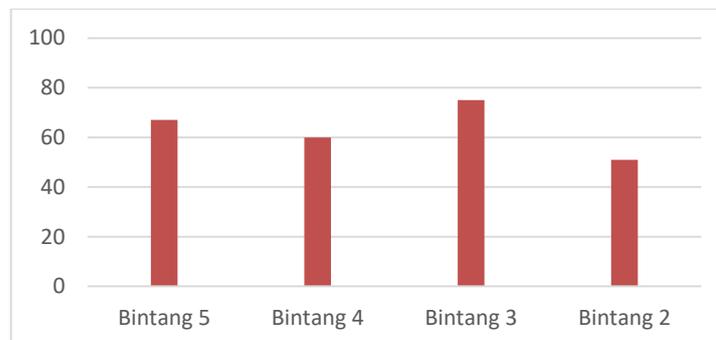
Dari hasil pengumpulan data dan analisis diharapkan dapat memberikan kesimpulan dan rekomendasi untuk pengembangan potensi *event venue* dalam mendukung kegiatan MICE.

#### 4. HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Proses analisis terlebih dahulu membahas kegiatan MICE yang dilaksanakan di Kota Bandung, selanjutnya diidentifikasi elemen pariwisata penunjang kegiatan MICE yang terdiri dari daya tarik, amenitis dan aksesibilitas serta diakhiri dengan kebijakan yang terkait dengan kegiatan MICE.

Peneliti melakukan wawancara terhadap beberapa pengelola hotel bintang 3,4, dan 5 (Papandayan, Horison, El Royale, Grand Tjokro dan Topas Hotel) serta *venue* (Bandung Convention Center, Sasana Budaya Ganesha, Graha Manggala Siliwangi, Landmark Convention Hall Braga), serta dilakukan wawancara dengan pengelola *venue* yang berpotensi mendukung penyelenggaraan MICE seperti *coworking space*, gedung bioskop, universitas serta pengelola *event venue* yang berkonsep *outdoor*.

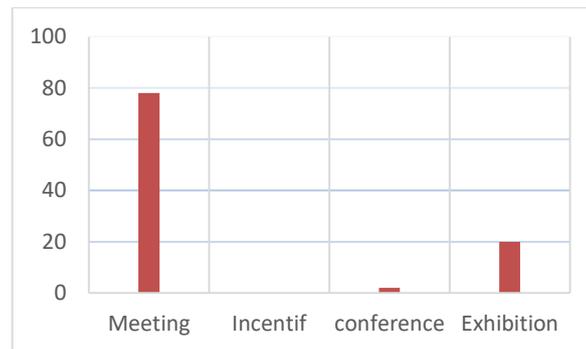
Salah satu indikator berkembangnya kegiatan MICE antara lain dilihat dari rata-rata tingkat hunian dan fasilitas hotel di kota Bandung. Rata-rata tingkat hunian hotel berbintang di kota Bandung menurut PHRI dan pengelola hotel pada tahun 2018 berkisar 30-80%. Terlihat dari persentase tingkat hunian hotel berdasarkan bintang pada grafik 1.



Grafik 1. Rata-Rata Tingkat Hunian Hotel

Rata-rata tingkat hunian hotel pada bintang 2 adalah sebesar 50%, bintang 3 sebesar 75%, bintang 4 sebesar 53% dan bintang 5 sebesar 67%. Rata-rata tingkat hunian hotel pada hotel bintang 2 tingkat hunian paling tinggi adalah pada saat akhir pekan karena mayoritas tamu adalah wisatawan biasa dengan kisaran harga yang relative rendah. Sedangkan untuk hotel bintang 3, 4 dan 5 tingkat hunian cukup tinggi karena tidak hanya melayani wisatawan biasa melainkan juga melayani wisatawan MICE yang mengisi kekosongan pada saat *weekdays*. Menurut PHRI dan pengelola hotel berdasarkan hasil wawancara mengungkapkan bahwa peningkatan jumlah hotel yang cukup signifikan dan dilengkapi fasilitas MICE modern menyebabkan tingkat hunian hotel dan frekuensi kegiatan MICE mengalami perkembangan.

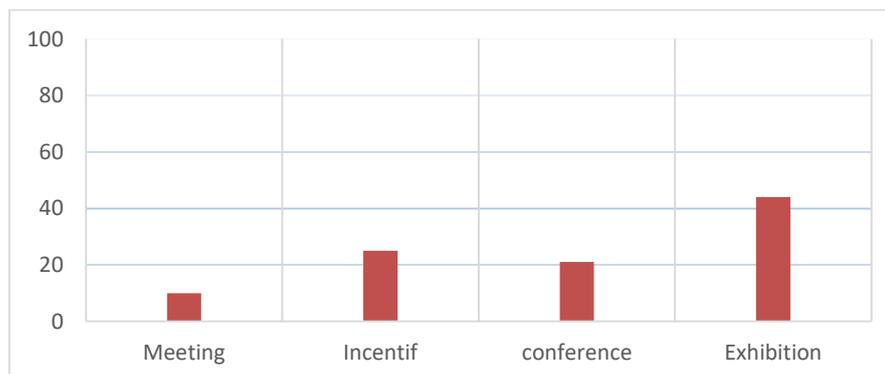
Secara keseluruhan, jenis kegiatan MICE pada tahun 2018 dengan tempat penyelenggaraan hotel lebih fokus kepada kegiatan *meeting* yaitu sebesar 78%, konferensi 2% dan *mini event* sebesar 20%, terlihat pada gambar 2 dibawah ini.



Grafik 2. Jenis kegiatan MICE di hotel bintang 3, 4 dan 5

Jenis kegiatan MICE pada hotel bintang 3, 4 dan 5 tahun 2018, kegiatan *Meeting* mempunyai frekwensi paling besar yaitu 78%. sedangkan untuk *event* baik itu pameran dengan ukuran besar seperti *wedding Exhibition, Education Fair, Concert* atau kegiatan *meeting* yang disertai dengan *event* misalnya seminar mempunyai frekwensi sebesar 20%. Sementara untuk jenis kegiatan *incentive* tidak diselenggarakan di hotel karena kegiatan insentif memerlukan area terbuka yang cukup luas sehingga hotel hanya penyedia akomodasi.

Pada event besar, seluruh komponen MICE dapat dilakukan secara bersamaan. Kegiatan terintegrasi tersebut umumnya dilaksanakan di hotel kelas bintang 4 dan 5 karena mempunyai fasilitas kamar dan ruang *meeting* yang lengkap dan *ballroom* yang dapat menampung peserta lebih dari 200 orang. Selain itu, hotel dengan kelas bintang 4 dan 5 mempunyai area untuk kegiatan pameran dengan kapasitas booth antara 20 sampai dengan diatas 50 booth, sementara untuk hotel kelas bintang 3, frekuensi tersebut hanya di kegiatan *meeting* atau *meeting* dengan *mini expo*, yaitu kegiatan *meeting* yang disertai pameran mini dengan menggunakan meja yang menyediakan brosur-brosur atau contoh produk yang berukuran kecil. Selain hotel, tempat penyelenggaraan kegiatan MICE juga dapat dilakukan di *event venue* atau gedung pertemuan. *Venue* mempunyai luas ruangan yang lebih besar dibandingkan dengan hotel, bahkan kapasitas peserta mencapai lebih dari 5000 orang. Pengelola *venue* menyatakan bahwa fasilitas yang dimiliki *venue* umumnya cukup lengkap seperti area parkir yang luas serta dilengkapi dengan kualitas tata cahaya dan tata suara yang baik karena berfungsi sebagai *conference hall*, juga berfungsi sebagai tempat konser dan tempat pameran. Berdasarkan wawancara dengan pengelola *venue* (Bandung Convention Center, Sasana Budaya Ganesha, Graha Manggala Siliwangi, Landmark Convention Hall Braga) jenis kegiatan yang diselenggarakan di *event venue* adalah *Event* atau *Exhibition* yang dapat menampung jumlah peserta lebih banyak, seperti dapat terlihat pada grafik dibawah ini.



Grafik 3. Jenis kegiatan MICE di Exhibition Hall

Dari kegiatan MICE yang dilaksanakan di *Venue* dapat dilihat bahwa kegiatan MICE yang paling banyak adalah kegiatan *Exhibition*, Konferensi dan insentif karena mempunyai lahan yang cukup luas untuk dibangun booth atau penyelenggaraan kegiatan pameran dan kegiatan seni budaya. *Venue* memiliki kelebihan pada sistem tata lampu, tata suara, dan *lay out* ruang pertunjukkan. Sedangkan untuk hotel, kegiatan yang paling banyak dilakukan adalah kegiatan *meeting* karena terkait dengan fasilitas akomodasi dan pusat bisnis.

Selain jenis kegiatan MICE, jumlah peserta sangat menentukan tempat penyelenggaraan kegiatan MICE. Jumlah peserta menurut Noor, (2007) dibagi menjadi 3 ukuran yaitu ukuran kecil terdiri dari 20-50 orang, sedang 60-200 orang dan besar dengan jumlah lebih dari 200 orang. Kegiatan MICE yang diselenggarakan di hotel pada tahun 2018, mempunyai presentase sebesar 40% untuk jumlah peserta 20-50 orang., umumnya kegiatan yang dilakukan adalah rapat tertutup. Sementara itu, presentase jumlah peserta kegiatan MICE yang diselenggarakan di gedung pertemuan pada tahun 2018 memiliki presentase sebesar 80% untuk jumlah peserta lebih dari 200 orang., jumlah peserta lebih dari 200 orang mendominasi karena kegiatan yang dilakukan adalah pameran atau pertunjukan seni budaya yang dapat menampung peserta lebih banyak. Menurut pengelola *event venue* jumlah peserta tidak dipengaruhi oleh skala ruang lingkup wilayah geografis melainkan kegiatan tersebut dipengaruhi oleh harga tiket, segementasi, jenis pertunjukan, *keynote speech*, tema dari kegiatan tersebut. Kegiatan MICE di kota Bandung menitikberatkan pada kegiatan *meeting* dan *event* baik itu pameran atau pertunjukan seni dan budaya. Jumlah peserta yang menghadiri kegiatan tersebut terbatas pada kisaran 20 sampai 200 orang untuk *meeting* dan lebih dari 500 orang untuk *event*. Dilihat dari segi ekonomi, kegiatan MICE menyerap sumber daya manusia yang cukup besar. MICE juga memberikan keuntungan ekonomi kepada *supplier* yang memasok kebutuhan peserta seperti perusahaan angkutan, konstruksi pameran, kesenian, tenda, dekorasi dan lain sebagainya. Tema bahasan dalam kegiatan MICE yang sering dilaksanakan di kota Bandung merupakan tema bahasan yang bersifat pribadi karena berhubungan dengan target penerimaan profit perusahaan dan bahasan teknis kegiatan pada institusi pemerintah.

### **Permasalahan Penyelenggaraan Kegiatan MICE**

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan terdapat permasalahan utama dalam pelaksanaan kegiatan MICE yaitu masalah internal dan eksternal. Masalah internal terkait dengan tema pelaksanaan, sumberdaya manusia, perijinan dan kebijakan khusus terkait dengan pelaksanaan kegiatan MICE. Sedangkan untuk permasalahan eksternal kendala yang dihadapi diluar pelaksanaan kegiatan MICE seperti infratuktur dan fasilitas pariwisata lainnya.

Permasalahan Internal pada kegiatan MICE di kota Bandung yaitu ketersediaan gedung konferensi untuk skala kegiatan MICE besar dan dapat menampung jumlah peserta lebih dari 5000 orang dengan lingkup internasional. Penyelenggaraan kegiatan MICE ukuran besar dengan lingkup wilayah nasional dan internasional secara tidak langsung memerlukan *meeting planner* atau PCO/PEO yang bersertifikat. Selain karena tidak memiliki tempat penyelenggaraan kegiatan MICE yang berukuran besar juga tidak adanya *meeting planner* yang dapat melakukan *bidding* untuk *event* nasional maupun internasional. Kendala internal lainnya adalah kebijakan pemerintah daerah, diantaranya erijinan penyelenggaraan kegiatan MICE (ijin keramaian), ijin yang menghadirkan pembicara dari luar negeri dan ijin reklame sangat sulit dan memerlukan biaya yang cukup tinggi. Selain itu kota Bandung tidak mempunyai badan promosi yang khusus dalam hal ini seperti Convention Bureau yang menangani kegiatan MICE secara komprehensif dari mulai persiapan sampai evaluasi pasca

event seperti halnya Bali dan Jakarta. Permasalahan lain yang muncul adalah permasalahan eksternal terkait dengan penyediaan infrastruktur dan fasilitas publik. Penanganan transportasi memegang peran yang sangat penting bagi keberhasilan suatu *event* MICE. Kendala sistem transportasi akan berpengaruh terhadap arus wisatawan menuju destinasi wisata (Page, 2009). Sistem transportasi di kota Bandung kurang terkelola dengan baik sehingga menimbulkan kemacetan bahkan pada tahun 2019 menurut survei Asian Development Bank (ADB) tahun 2019, kota Bandung tercatat sebagai kota termacet di Indonesia. Untuk kegiatan MICE hal ini sangat menghambat karena akan memerlukan waktu yang cukup lama untuk mencapai daya tarik wisata. Selain itu, adanya bandara Kertajati yang memindahkan jadwal operasi penerbangan dari bandar udara Husen Sastranegara beralih ke bandara Kertajati mempengaruhi jumlah wisatawan terutama wisatawan MICE ke kota Bandung karena memerlukan waktu yang cukup lama untuk menuju kota Bandung. Fasilitas tambahan lainnya yang mendukung kegiatan MICE adalah ketersediaan toilet umum yang minim, pedangan kaki lima dan terbatasnya *signage* serta penerangan jalan umum pada malam hari yang kurang dapat memberikan kenyamanan dan keamanan bagi wisatawan. Dari sisi destinasi penyelenggaraan MICE, pertumbuhan fasilitas MICE telah berkembang ke wilayah Bandung Utara tepatnya Kabupaten Bandung barat yang mempunyai daya tarik alam dan variasi produk wisata buatan sehingga menjadi kompetitor penyelenggaraan MICE.

#### **Elemen Pariwisata Pendukung kegiatan MICE**

Kegiatan MICE tidak dapat terlepas dari 3 komponen 3A, yaitu *attraction* atau daya tarik, Amenitis, dan aksesibilitas. Daya tarik suatu destinasi penyelenggaraan kegiatan MICE memegang peranan penting. Kota Bandung memiliki daya tarik wisata perkotaan yang khas maupun wisata alam yang terletak di seputar Kota Bandung untuk kegiatan insentif sehingga menjadi salah satu destinasi wisata MICE di Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian, sebesar 70% peserta MICE memilih untuk melakukan insentif dengan memilih berwisata di perkotaan dengan jenis kegiatan wisata belanja dan wisata kuliner di Kota Bandung dan mengunjungi *factory outlet* serta menikmati makanan khas Kota Bandung. Amenitas wisata merupakan segala sesuatu yang memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk memenuhi kebutuhannya selama berwisata seperti akomodasi, restoran, perusahaan angkutan, pusat perbelanjaan, toko souvenir dan *money changer*. Semua amenitas tersebut mutlak tersedia karena secara tidak langsung dapat meningkatkan lama tinggal wisatawan. Perkembangan jumlah restoran dan rumah makan dari tahun ke tahun juga mengalami pertumbuhan yang cukup tinggi yaitu sebesar 30 % mengingat Kota Bandung sebagai destinasi wisata kuliner. Selain akomodasi dan restoran, motif kunjungan wisatawan mancanegara pada umumnya melakukan wisata belanja, sehingga keberadaan *money changer* sangat penting untuk mempermudah wisatawan dalam melakukan transaksi sehingga mendorong tumbuhnya *outlet money changer* terutama di pusat-pusat perbelanjaan. Aksesibilitas Posisi strategis Kota Bandung yang berdekatan dengan Ibu Kota Jakarta menjadi daya tarik penyelenggaraan kegiatan MICE ukuran kecil dan menengah. Aksesibilitas dari dan menuju Kota Bandung dapat dijangkau baik melalui darat maupun udara. Sebagai sebuah destinasi pariwisata, selain memiliki elemen produk wisata, Kota Bandung juga memenuhi kriteria sebagai destinasi wisata konvensi di Indonesia seperti yang telah ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata, elemen tersebut adalah aksesibilitas, dukungan daerah, fasilitas pendukung MICE, fasilitas akomodasi, fasilitas *meeting*, informasi, dukungan lingkungan dan kriteria lainnya tentang analisis kriteria pemilihan destinasi kegiatan MICE Kota Bandung. Peranan pemerintah dalam bentuk dukungan baik melalui peningkatan infrastruktur maupun penyediaan sarana dan prasarana MICE sangat diperlukan bagi optimalisasi pengembangan kegiatan MICE di Kota Bandung, karena dilihat dari destinasi wisata Kota Bandung sudah memenuhi kriteria sebagai destinasi wisata MICE pada skala ukuran dan lingkup tertentu. Akan tetapi apabila potensi MICE yang saat ini tersedia

dikembangkan secara optimal, maka Kota Bandung dapat menjadi destinasi unggulan penyelenggaraan kegiatan MICE di Indonesia.

### **Kebijakan Pariwisata MICE di Kota Bandung**

Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah Provinsi Jawa Barat Tahun 2014-2019 telah menetapkan bahwa Kota Bandung merupakan Kawasan Wisata Unggulan (KWU) yang mempunyai produk wisata perkotaan dan pendidikan dengan daya tarik budaya, pendidikan dan alam. Kegiatan MICE di Kota Bandung menjadi salah satu daya tarik utama dengan tersedianya berbagai fasilitas kegiatan MICE seperti hotel dan gedung pertemuan. Sedangkan untuk pasar wisatawan MICE memanfaatkan pasar wisatawan eksisting yaitu wisatawan DKI Jakarta dan Jawa Barat. Adapun rencana pengembangan pasar wisatawan, RIPPDA Provinsi Jawa Barat membidik segmen pasar baru yaitu wisatawan budaya dan pendidikan. Sedangkan untuk pengembangan pasar wisatawan mancanegara, RIPPDA Provinsi Jawa Barat membidik pasar dari wilayah ASEAN dan Asia. Kebijakan Pemerintah Kota Bandung yang terkait wisata MICE atau konvensi terakomodir dalam strategi dan rencana pembangunan destinasi pariwisata khusus untuk kegiatan MICE yaitu ditetapkannya kawasan strategis pariwisata untuk Kegiatan Olah Raga dan Pusat Konvensi Gedebage. Adanya Gelora Bandung Lautan Api merupakan stadion olah raga terbesar di Jawa Barat yang berstandar internasional sehingga untuk kegiatan MICE yang bersifat *special event* khususnya *sport event* dapat dilaksanakan di Kota Bandung. Namun untuk pelaksanaan kegiatan *special event* tersebut perlu diperhatikan fasilitas pariwisata lainnya seperti penyediaan dan perbaikan infrastruktur, aksesibilitas dan amenities. Dari sisi perijinan, baik Pemerintah Provinsi Jawa Barat maupun Pemerintah Kota Bandung juga memberikan insentif bagi penyelenggaraan usaha jasa pariwisata dalam bentuk kemudahan perijinan pendirian usaha jasa pariwisata dan sertifikasi beberapa bidang usaha pariwisata salah satunya sertifikasi profesi MICE. Pasar wisata yang ditetapkan dalam RIPPDA Kota Bandung Tahun 2012-2025 adalah pariwisata berpendidikan tinggi, keluarga, dan segmen pasar pariwisata konvensi dari dalam dan luar negeri. Dari kedua strategi tersebut terlihat bahwa wisata MICE merupakan pasar wisata yang potensial untuk dikembangkan, dan menunjukkan bahwa pengembangan wisata MICE dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas pariwisata di Kota Bandung. Selain itu, kegiatan wisata MICE dapat mendorong tumbuhnya ekonomi kreatif masyarakat sehingga mampu berkontribusi dalam menggerakkan perekonomian lokal dan membangun iklim investasi yang kondusif bagi pengembangan pariwisata kreatif yang berwawasan lingkungan.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Temuan Studi**

Berdasarkan hasil analisis, terdapat beberapa temuan studi seperti: kegiatan MICE di kota Bandung terfokus pada kegiatan *meeting* dan *event* pameran dengan tempat penyelenggaraan hotel dan *venue*, sedangkan untuk kegiatan yang lebih besar, seperti konvensi memerlukan infrastruktur fisik MICE dalam hal ini *convention hall* yang lebih besar dan representative, volume kegiatan MICE di kota Bandung umumnya masih dalam skala kecil-menengah, berkisar 20 sampai dengan 200 orang peserra dengan ruang lingkup wilayah geografis regional atau provinsi dan nasional. Sumberdaya manusia yang kompeten dalam penyelenggaraan kegiatan MICE di kota Bandung masih sangat terbatas dan belum optimal, kompetensi PEO dan PCO local masih sangat rendah dan kurang dari 10 orang yang mempunyai sertikat khusus untuk penyelenggaraan MICE. Elemen pariwisata yang tersedia menjadi penunjang dalam penyelenggaraan kegiatan MICE di kota Bandung baik dari sisi daya tarik, aksesibilitas dan amenities maupun dari sisi destinasi konvensi yang merupakan destinasi unggulan di Indonesia. Belum tersedianya payung hukum yang dikeluarkan oleh pemerintah kota Bandung yang mengatur mengenai kegiatan MICE secara khusus.

Kebijakan yang ada masih terkait dengan kebijakan tentang penyelenggaraan kepariwisataan secara umum.

### **Kesimpulan**

Destinasi MICE mempunyai karakteristik yang berbeda dengan destinasi *leisure* akibat dari pengunjung yang berbeda. Kebutuhan pengunjung tidak sama karena motivasi berkunjung yang berbeda. Kebutuhan untuk mengadakan pertemuan paling utamanya adalah tempat penyelenggaraan (*venue*), bukan alam yang indah seperti kebutuhan berekreasi. Namun alam yang indah bisa menjadi nilai tambah bagi destinasi yang sudah mempunyai *venue*, aksesibilitas dan infrastruktur yang dibutuhkan.

Kegiatan MICE di kota Bandung mengalami perkembangan yang cukup pesat, hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah kamar hotel dan bermunculan hotel-hotel baru dengan fasilitas ruang konvensi. Adanya promosi-promosi hotel bintang 3, hingga 5 yang serius menangani pasar MICE sebagai target pasar mereka sehingga dapat mengisi tingkat hunian hotel pada saat *weekdays*.

Begitupun dengan *Event Venue* yang tersedia di kota Bandung yang mempunyai fasilitas dan layak bagi penyelenggaraan konferensi dan eksibisi berskala kecil-menengah dengan lingkup regional-nasional dan peserta dibawah 2000 orang. Perkembangan dunia digital dan industri kreatif yang pesat di kota Bandung mendorong munculnya *event venue* yang bersifat kekinian seperti *coworking space* untuk kegiatan *meeting* skala kecil, serta banyaknya penyelenggaraan *event* yang diselenggarakan di ruang terbuka seperti konser musik, kegiatan eksibisi atau pameran yang menjadi daya tarik tersendiri. Untuk menjadikan kota Bandung sebagai destinasi kegiatan MICE memerlukan upaya yang serius dalam menangani infrastuktur, perijinan serta keterpaduan dan koordinasi antara pemerintah dan swasta dalam menggarap kegiatan MICE. Dilihat dari sisi daya tarik, aksesibilitas dan amenitis, kota Bandung sangat potensial untuk dijadikan destinasi wisata konvensi yang memiliki daya tarik wisata perkotaan seperti bangunan heritage, museum, monumen, budaya dan seni budaya yang dapat menunjang kegiatan MICE. Sementara untuk aksesibilitas, masalah yang perlu ditangani adalah sistem transportasi yang menyebabkan kemacetan.

Dalam mengembangkan wisata MICE di kota Bandung diperlukan adanya sinergitas para pemangku kepentingan untuk meningkatkan sarana, prasarana dan kebijakan pemerintah daerah sehingga kegiatan MICE mampu meningkatkan dampak positif

### **Saran**

Mengacu pada Peraturan Menteri Pariwisata RI nomor 5 tahun 2017 tentang pedoman Destinasi Penyelenggaraan Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konvensi dan Pameran. Pada peraturan tersebut tercantum 4 faktor kriteria yaitu Aksesibilitas MICE, Atraksi MICE, Amenitas MICE serta SDM dan dukungan stakeholder MICE. Dalam hal pengembangan kriteria pertama yaitu Aksesibilitas dapat dilakukan dengan cara penyediaan sarana transportasi publik yang nyaman dan saling terintegrasi dengan destinasi lainnya. Kriteria kedua yaitu atraksi MICE, kota Bandung sudah seharusnya mengembangkan potensi *event venue* yang dimilikinya. Perkembangan dunia digital dan industri kreatif menjadi hal yang perlu dipertimbangkan dalam mengemas *event venue* menjadi lebih menarik dan kekinian, seperti *coworking space* perlu dikembangkan potensinya dengan meningkatkan fasilitas digital yang memadai sehingga memenuhi syarat untuk menyelenggarakan kegiatan MICE. Bioskop juga memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi *event venue* yang menarik. Tidak hanya sekedar untuk memutar film, di bioskop juga bisa diselenggarakan seminar dengan memanfaatkan konten berupa video yang atraktif. Sementara *event venue* yang berkonsep *outdoor* perlu dikembangkan fasilitas-fasilitas yang memadai sesuai standar dengan mengacu pada Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 2 tahun 2017 tentang Pedoman Tempat Penyelenggaraan Kegiatan (Venue) Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konvensi Dan

Pameran, karena tempat penyelenggaraan (*venue*), bukan alam yang indah seperti kebutuhan berekreasi tetapi juga harus terpenuhinya fasilitas pendukung MICE.

Dalam hal pengembangan Amenitas dapat dilakukan dengan cara peremajaan taman-taman kota, peningkatan variasi produk cenderamata. Sedangkan dalam pengembangan sumber daya manusia bisa dilakukan dengan cara membentuk Biro Konvensi dan Pameran Bandung, yaitu suatu lembaga yang merupakan kumpulan dari semua stakeholder yang terlibat dalam penyelenggaraan kegiatan MICE di Kota Bandung untuk membidik pasar MICE yang berbeda dari wisata leisure. Pemasaran MICE mempunyai cara dan strategi yang sangat berbeda dan spesifik, karena yang dibidik adalah kelompok dari asosiasi-asosiasi baik industri maupun profesi, korporasi atau pemerintah sehingga tidak bisa disamaratakan dengan cara membidik wisatawan *leisure*. Mengadakan pelatihan yang bersertifikasi untuk PCO/PEO baik di lingkungan perguruan tinggi maupun tingkat profesi yang belum tersertifikasi. Pemberian dan insentif bagi penyelenggara yang membawa atau menyelenggarakan event di Kota Bandung serta kemudahan ijin dan pemberian insentif bagi investor yang akan mengembangkan fasilitas fisik MICE di kota Bandung.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Andiani, Nyoman Dini. 2014. *Pengelolaan Wisata Konvensi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Asian Development Bank. 2019. [Online] (diupdate 7 Oktober 2019) Tersedia di: <http://www.cnnIndonesia>. [Diakses pada tanggal 10 November 2019].
- Hafidz, I.N (2007). *Mengulik Bisnis Event Organizer*. Yogyakarta: Gava Media.
- ICCA.2018.ICCA Statistics Report: Country and City Rankings 2018.
- Kementrian Perdagangan RI (2018). *Potensi Industri MICE Indonesia*. Warta Ekspor
- Kementerian Pariwisata RI.2017. “Peraturan Menteri Pariwisata RI Nomor 2 Tahun 2017 Tentang Pedoman Tempat Penyelenggaraan Kegiatan (Venue) Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konvensi dan Pameran”. Jakarta:Kemenpar.
- Kementerian Pariwisata RI.2017. “Peraturan Menteri Pariwisata RI Nomor 5 Tahun 2017 Tentang Pedoman Destinasi Penyelenggaraan Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konvensi dan Pameran”. Jakarta:Kemenpar.
- Kesrul (2004). *Meeting, Incentive Trip, Conference, Exhibition*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Kompas.com. 3 Tahun Jokowi---JK, Pariwisata Sumbang Devisa Terbesar Kedua.<http://ekonomi.kompas.com/read/2017/10/17/220236426/3---tahun---jokowi---jk---pariwisata---sumbang---devisa---terbesar-kedua>. [Diakses pada tanggal 29 November 2019].
- Kusuma, I A (2014) *Landasan teori Konseptual Perencanaan dan Perancangan Exhibition Center di Yogyakarta*. Journal Uajy.
- Mason, Peter (2008). *Tourism Impact, Planning and Management*. Oxford Elsevier
- McCartney, Glenn (2008). *The CAT ( Casino Tourism) and THE MICE (Meeting,*

*Incentives, Conventions, Exhibition) : Key Development Considerations for the Convention and Exhibition Industry in Macao.* Journal of Convention and Event Tourism, 9:4, 293-308.

Mohammadi, Anahita Malek and Badaruddin Mohamed (2010). *Convention Decision Making Modeling.* International Jurnal of Trade, Economics and Finance, Vol. 1, No. 1 June, 2010-023X.

Nasution, A.M dan Sifatu, W.O (2014). *Pengelolaan Usaha Jasa MICE dan Events (Second ed).* Bekasi Barat: Raharsa Utama Nusantara.

Noor, Any (2007). *Globalisasi Industri MICE.* Bandung: Alfabeta

Noor, Any (2007). *Manajemen Event.* Bandung: Alfabeta

Page, S. J. (2009). *Transport and Tourism Global Perspective, Third Edition.* Edinburgh: Perason Prentice.

Redor, B.2016. "IQM for MICE Destinations: A Key to Success, a presentation from the UNWTO International Conference on Integrated Quality Management in Tourism Destinations: A Key to Competitiveness".  
[http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/session\\_2\\_bruce\\_redor\\_quality\\_in\\_meetings\\_industry\\_tourism\\_france.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/session_2_bruce_redor_quality_in_meetings_industry_tourism_france.pdf) [Diakses pada tanggal 29 November 2019].

Undang – Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan

Wartakota.tribunnews.–IBEF 2019: *Membangun dan Mengembangkan Industri MICE Indonesia jadi lebih kuat.* [Diakses pada tanggal 10 November 2019].

<https://www.indonesia.go.id> [Diakses pada tanggal 29 November 2019].