

Pengertian MICE (*Meeting Incentive Conference Exhibition*)

Dr. Any Ariani Noor, M.Sc.



PENDAHULUAN

MICE merupakan industri yang berkembang sangat pesat di dunia. Perkembangan MICE terjadi karena kebutuhan perusahaan untuk melakukan pertemuan dengan tujuan memperluas bisnis perusahaan. Pesatnya perkembangan MICE didukung oleh inovasi teknologi yang selalu memberikan nilai terbaru pada setiap penyelenggaraan MICE. Sebagai sektor industri yang baru, MICE masih terus menentukan parameter dalam menetapkan prinsip-prinsip pelaksanaan kegiatan untuk menghasilkan nilai dalam setiap penyelenggaraan kegiatan MICE. Hal ini terus memberikan tantangan bagi penyelenggara MICE untuk selalu berinovasi dan kreatif menyusun kegiatan MICE. Bisnis MICE melibatkan banyak pelaku usaha di dalamnya yang menumbuhkan kegiatan ekonomi di mana kegiatan MICE diselenggarakan. Perkembangan tersebut memberikan kontribusi ekonomi yang besar bagi banyak pihak sehingga menimbulkan permintaan yang tinggi akan tempat penyelenggaraan MICE. Karena alasan inilah, banyak negara mulai membangun tempat penyelenggaraan MICE lengkap dengan fasilitas pendukungnya.

Pada Modul 1 akan dibahas mengenai pengertian MICE. Secara umum, setelah mempelajari modul ini, mahasiswa diharapkan dapat menjelaskan perkembangan bisnis MICE. Secara khusus, setelah mempelajari modul ini, mahasiswa diharapkan mampu menjelaskan

1. memahami arti MICE;
2. memahami kebutuhan pasar akan penyelenggaraan kegiatan MICE;
3. mengetahui dampak penyelenggaraan kegiatan MICE.

KEGIATAN BELAJAR 1

Industri MICE

A. PERKEMBANGAN INDUSTRI MICE

Bisnis MICE merupakan industri baru dengan perkembangan yang cepat. MICE berkembang di Eropa dan Amerika Utara dan saat ini menjadi industri internasional yang ditandai dengan investasi lintas benua. MICE sebagai industri baru, tidak memerlukan komponen seperti industri yang telah mapan lainnya. Hampir keseluruhan bisnis MICE menggunakan infrastruktur pariwisata, seperti bandara, akomodasi, destinasi sehingga dapat dikatakan bahwa MICE merupakan bagian dari industri pariwisata.

Pada mulanya, MICE di Indonesia dikenal dengan istilah wisata konvensi. Seiring perkembangan teknologi dan banyaknya kegiatan konvensi diselenggarakan dengan mengadopsi kriteria MICE maka istilah MICE lebih populer digunakan saat ini. Dalam pelaksanaannya, kegiatan MICE banyak menggunakan infrastruktur pariwisata, seperti alat transportasi untuk perpindahan peserta dari daerah asal ke daerah tujuan kegiatan MICE, penginapan menggunakan hotel, kunjungan ke objek wisata sebagai pendukung kegiatan MICE. Dengan latar belakang ini juga, kegiatan MICE merupakan bagian dari kegiatan wisata. Hal ini diperkuat dengan dukungan pemerintah melalui kementerian pariwisata, yang pada tahun 2009 kementerian pariwisata menetapkan sebagai tahun kunjungan wisata MICE atau Visit Indonesia MICE 2009.

MICE merupakan kegiatan yang berkarakteristik padat karya. MICE memberikan kontribusi baik dari sisi penyediaan tenaga kerja maupun dalam memberikan devisa bagi negara. Tenaga kerja bidang pariwisata memberikan kontribusi besar dalam penyelenggaraan kegiatan MICE. Kegiatan MICE banyak diselenggarakan di hotel di mana terdapat ruang besar atau *convention centre* yang memiliki sumber daya manusia yang sudah terlatih sebagai tenaga pariwisata. Dengan demikian, tenaga kerja pariwisata yang tersedia dapat melayani kegiatan MICE dan kegiatan wisata secara bersama. Di samping itu dalam penyelenggaraannya, kegiatan MICE banyak memasukkan unsur kegiatan wisata di dalamnya. Tidak ada perbedaan khusus tenaga kerja yang digunakan pada kegiatan MICE dan industri pariwisata.

Wisatawan bisnis merupakan kategori wisatawan yang melakukan perjalanan untuk tujuan MICE yang biasa dikategorikan sebagai *business traveler*. Wisatawan MICE memiliki kelebihan dibanding wisatawan biasa yang umumnya berasal dari kalangan pengusaha, profesional ataupun kalangan pemerintahan yang melakukan kegiatan tidak di waktu wisata. Wisatawan MICE datang dalam jumlah besar, dengan tingkat pengeluaran selama berada di destinasi dan tuan rumah 7 (tujuh) kali lipat dibanding wisatawan biasa. Wisatawan MICE berpotensi menjadi wisatawan *leisure* yang dengan kekuatan *word-of-mouth* tentang destinasi akan berdampak lebih kuat dalam promosi. Hal tersebut telah disadari oleh banyak negara yang menyebabkan persaingan antar destinasi untuk mendatangkan peserta kegiatan MICE internasional menjadi sangat kompetitif (Kemenpar, 2016). Wisatawan MICE memiliki lama tinggal lebih panjang karena kegiatan *pre* dan *post tour* dengan berbagai program sosial sehingga secara keseluruhan pengeluaran wisatawan MICE lebih besar dibanding wisatawan biasa (Kemendag, 2011).

Kebijakan pemerintah dalam mendukung industri MICE di Indonesia dilakukan dengan menetapkan 10 kota utama potensial tujuan MICE di Indonesia, yaitu Medan, Padang/Bukit Tinggi, Batam, Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Bali, Makassar, dan Manado. Tiga kota potensial MICE terdiri dari Palembang, Lombok, dan Balikpapan. Perkembangan infrastruktur pariwisata yang agresif mendukung berkembangnya bisnis MICE di Indonesia. Saat ini Indonesia juga telah banyak menyelenggarakan kegiatan MICE berskala nasional bahkan internasional (Kemendag, 2011).

Perkembangan industri MICE di Indonesia terus menunjukkan peningkatan yang semakin baik. Tren positif industri MICE ditandai dengan banyaknya penyelenggaraan kegiatan MICE domestik yang dilakukan oleh para pelaku bisnis, asosiasi, dunia pendidikan, sektor pemerintah dan partai politik pada skala penyelenggaraan nasional dan internasional. Peningkatan kegiatan MICE juga banyak terjadi karena permintaan dukungan dari berbagai pihak kepada pemerintah, termasuk kegiatan *bidding* (lelang untuk mendapatkan pekerjaan dalam penyelenggaraan kegiatan MICE), promosi, *deglate boosting*, *site visit*, dan memperkaya program pada saat suatu *event* MICE diselenggarakan (Kemendag, 2011). Tingginya permintaan akan kegiatan MICE menimbulkan persaingan di antara para penyedia jasa untuk dapat menyelenggarakan kegiatan MICE yang memiliki nilai tersendiri.

Tingginya persaingan di antara destinasi untuk mendatangkan kegiatan MICE internasional menyebabkan perlunya pembentukan asosiasi yang mewadahi kegiatan MICE ini. *Indonesia Convention and Exhibition Bureau* (INACEB) didirikan untuk menjawab perlunya mitra kerja kementerian pariwisata untuk mendukung dan mempromosikan berbagai kota di Indonesia yang memenuhi kriteria sebagai destinasi MICE skala nasional maupun internasional. Keberadaan INACEB juga mengintegrasikan seluruh kekuatan industri MICE Indonesia untuk dapat bersaing di pasar internasional karena karakteristik pasar MICE fokus pada asosiasi dan korporasi akan sangat efektif untuk dimenangkan melalui kekuatan kelompok atau kekuatan tim destinasi anggota INACEB (Kemenpar, 2016).

Jumlah pertemuan MICE yang diselenggarakan di Indonesia, sejak tahun 2001 sampai tahun 2010 mengalami pertumbuhan yang signifikan, mencapai 10,57%. Secara global Indonesia masih menduduki peringkat ke-39 sebagai negara paling banyak menyelenggarakan pertemuan. Di ASEAN sendiri, Indonesia menduduki peringkat ke-4 di bawah Singapura, Malaysia, dan Thailand. Namun prospek masa depan bisnis MICE Indonesia di masa yang akan datang semakin membaik dengan dukungan dan langkah strategis dalam pembangunan oleh semua *stake holder* MICE di Indonesia, seperti pendekatan komunikasi untuk mendukung penyelenggaraan kegiatan yang dilakukan oleh berbagai komunitas dan pemanfaatan *public figure* sebagai *ambassador* untuk mempromosikan MICE dan pariwisata Indonesia (Kemendag, 2011).

B. PENGERTIAN MICE

MICE dan pariwisata tidak dapat dipisahkan. Beberapa definisi MICE berhubungan dengan kegiatan pariwisata. Definisi juga diberikan untuk Wisata Konvensi, seperti yang diberikan oleh Pendit (1999):

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 (pre- and post- conference tours).

Arti Konvensi yang dikeluarkan pemerintah melalui Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. KM 108/HM.703/MPPT-91 merumuskan: *Kongres, konferensi atau konvensi merupakan suatu kegiatan berupa pertemuan sekelompok orang (negarawan, usahawan, cendekiawan, dan sebagainya) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama.*

Kepanjangan MICE sebagai *Meeting, Incentive, Conference, and Exhibition* yang telah dikenal secara luas di dunia dan menjadi istilah umum dalam industri pariwisata. Beberapa definisi untuk MICE diberikan oleh para ahli.

1. *Meeting*

Meeting berarti rapat, pertemuan, atau persidangan yang diselenggarakan oleh kelompok orang yang tergabung dalam suatu asosiasi, perkumpulan atau serikat dengan adanya tujuan yang hendak dicapai dalam organisasi (Pendid, 1999). *The International Association of Professional Congress Organizers* mendefinisikan *meeting* sebagai “*A general term indicating the coming together of a number of people in one place, to confer or carry out a particular activity. Can be on an ad hoc basis or according to a set pattern*”. Contoh untuk *Meeting* adalah *annual general meetings, committee meetings*.

2. *Incentives*

Istilah *insentif* diberikan oleh pemerintah Indonesia yang tercantum dalam Surat Keputusan Menparpostel Nomor KM.108/HM.703/MPPT-91, Bab I Pasal 1 Ayat b sebagai “*Perjalanan insentif 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*”. *The International Association of Professional Congress Organizers* mendefinisikan *Incentive* sebagai “*meeting event as part of a program which is offered to its participants to reward a previous performance*”. Sementara SITE (1998) dalam Rogers (2003) memberikan definisi mengenai *incentive* sebagai “*Incentive travel is a global management tool that uses an exceptional travel experience to motivate and/ or recognize participants for increased levels of performance in support of the organizational goals*”.

3. *Conference*

Conference atau dalam bahasa Indonesia dikenal dengan istilah konferensi, didefinisikan oleh pemerintah yang tertuang dalam Surat Keputusan Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi Nomor: KM.108/HM.703/MPPT-91 sebagai “Konferensi, Kongres, atau Konvensi merupakan suatu kegiatan berupa pertemuan sekelompok orang (negarawan, usahawan, dan sebagainya) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama”. *The International Association of Professional Congress Organizers* mendefinisikan *conference* sebagai “*Participatory meeting designed for discussion, fact-finding, problem solving and consultation*”. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Rogers (2003) “*Conference is an event used by any organization to meet and exchange views, convey a message, open a debate or give publicity to some area of opinion on a specific issue. No tradition continuity or periodicity is required to convene a conference. Although not generally limited in time, conferences are usually of short duration with specific objectives*”.

4. *Exhibition*

Menurut Surat Keputusan Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi Nomor yang sama di atas, Pasal 1c tentang *Exhibition* atau Pameran merupakan “Suatu kegiatan untuk menyebarluaskan informasi dan promosi yang ada hubungannya dengan penyelenggaraan konvensi atau yang ada kaitannya dengan pariwisata”. *The International Association of Professional Congress Organizers* mendefinisikan *Exhibition* sebagai “*Event at which product and services are displayed*”.

Unsur yang terkandung dalam MICE sama pentingnya dalam konteks penyelenggaraan suatu *events*. Peningkatan yang terjadi di Eropa dari kegiatan MICE ini dibuktikan dengan kemajuan sektor MICE sejak tahun 1994 – 1998, menurut EIBTM (*The European Incentive & Business Travel & Meeting Exhibition*) peningkatan industri ini setiap tahunnya mencapai 31%.

C. PENTINGNYA BISNIS MICE

Karena pentingnya bisnis MICE banyak negara berinvestasi di dalamnya. Beberapa alasan mengapa pemerintah atau pihak swasta secara bersama berinvestasi pada bisnis MICE disebabkan.

1. Beberapa negara atau daerah tujuan wisata telah secara aktif menjadi bagian dari kegiatan pariwisata. Daerah tersebut telah memiliki infrastruktur yang menunjang baik untuk kegiatan wisata ataupun kegiatan MICE secara bersama-sama, misalnya bandara, hotel, atraksi wisata, dan staff yang terlatih. Keseluruhan infrastruktur yang dimiliki suatu daerah mampu menarik minat pelaku bisnis MICE untuk menyelenggarakan kegiatan MICE.
2. Banyak daerah tujuan wisata merupakan komplimen pada kegiatan MICE, misalnya kegiatan MICE sering dilakukan di daerah wisata. Hal ini banyak menarik minat peserta untuk ikut serta pada kegiatan MICE di mana peserta dapat mengikuti kegiatan MICE sambil menikmati daerah wisata secara bersama.
3. MICE dan bisnis pariwisata merupakan bisnis dengan karakteristik *high-quality* dan *high-yield*, yang memberikan kontribusi tinggi secara ekonomi terlebih bagi negara berkembang. *High quality* berarti kualitas pelayanan yang diberikan mampu memberikan kepuasan kepada setiap peserta, *high yield* berarti kegiatan MICE mampu memberikan keuntungan yang besar secara ekonomi pada penyelenggara.
4. Merupakan suatu kebanggaan apabila kegiatan MICE yang bersifat internasional dapat diselenggarakan oleh negara-negara sedang berkembang atau bahkan oleh negara dunia ketiga. Hal ini akan meningkatkan kredibilitas dan penerimaan internasional secara politik terhadap negara penyelenggara.
5. Kegiatan MICE merupakan kegiatan yang berdampak pada ekonomi secara keseluruhan, dengan *multiplier effect* yang ditimbulkan oleh kegiatan ini, banyak pelaku ekonomi terlibat baik secara langsung ataupun tidak langsung karena ada penyelenggaraan kegiatan MICE.

Karena pentingnya bisnis MICE, banyak negara mulai membangun tempat-tempat untuk berlangsungnya kegiatan MICE, dengan fasilitas lengkap serta infrastruktur yang menunjang penyelenggaraan kegiatan MICE. Beberapa tempat penyelenggaraan besar di dunia dibangun oleh banyak negara untuk memfasilitasi kegiatan MICE. Di Indonesia sendiri telah dibangun beberapa tempat penyelenggaraan kegiatan MICE berskala internasional, seperti *Nusa Dua Convention Center (NDCC)*, *Jakarta Convention Center (JCC)*, *Indonesian Convention Exhibition Center (ICE)*.

ICE terletak di Banten atau lebih dikenal dengan nama ICE BSD City karena terletak di Bumi Serpong Damai adalah satu tempat penyelenggaraan MICE terbesar yang ada di Indonesia dengan daya tampung mencapai 18 ribu orang. ICE memiliki luas total mencapai 220.000m² terdiri dari 10 ruang pameran, aula konvensi, dan ruang pertemuan. ICE digunakan untuk menyelenggarakan kegiatan, seperti pameran, konferensi, seminar, pertemuan, acara internasional, acara olahraga, pernikahan, konser, pesta rakyat, dan jenis kegiatan lainnya (*wikipedia.org*, 2018). Berikut gambar-gambar mengenai ICE BSD.



Sumber: ICE Company Profile (2018)

Gambar 1.1
Indonesian Convention Exhibition



Sumber: tripadvisor.co.id

Gambar 1.2
Indonesian Convention Exhibition



Sumber: wartakota.tribunnews.com

Gambar 1.3
Trade Expo Indonesia di ICE BSD



Sumber: ice-indonesia.com

Gambar 1.4
Pekan Raya Indonesia di ICE BSD

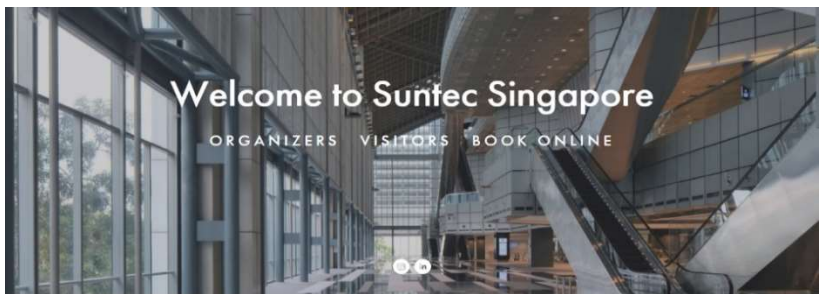
Sementara di Singapura, Suntec Singapore Convention and Exhibition atau dikenal SUNTEC merupakan tempat kegiatan MICE yang lebih sering digunakan untuk kegiatan eksibisi. Suntec Singapore dinobatkan oleh *UFI Global Association of the Exhibition Industry* mendapatkan UFI Human Resources Award tahun 2018. Suntec Singapore secara sukses melakukan perubahan dalam industri eksibisi dalam menerapkan strategi *human resources* sebagai rekanan bisnisnya (*exhibitionworld.co.uk*, 2018). Penghargaan lain yang pernah diterima Suntec Singapore adalah *Business Event Venue of the Year* pada tahun 2011, *BCA Green Mark Gold Award* merupakan penghargaan atas kontribusinya dalam meningkatkan peran pelestarian lingkungan dalam penyelenggaraan kegiatan MICE yang terdiri dari keselamatan, kualitas, produktivitas, keberlanjutan, dan ramah penggunaan fasilitas bagi setiap pengunjung (*visitsingapore.com*, 2018).

Beragam kegiatan MICE tingkat internasional telah diselenggarakan. SUNTEC memiliki fasilitas dan layanan yang sangat baik untuk penyelenggaraan konferensi, eksibisi, pameran dagang, dan pertemuan. Berlokasi di dalam kota Singapura, dikelilingi oleh pertokoan, restoran, museum, dan tempat penyelenggaraan pagelaran seni sangat mudah dijangkau dengan moda transportasi umum. SUNTEC Singapore memiliki luas 22 ribu m², mampu menampung pengunjung hingga 10 ribu peserta dengan beragam fasilitas dan teknologi terbaru untuk mendukung penyelenggaraan kegiatan MICE (*visitsingapore.com*, 2018).



Sumber: www.lg.com (2018)

Gambar 1.5
Suntec Singapore Convention & Exhibition Centre



Sumber: suntecsingapore.com

Gambar 1.6
Suntec Singapore Convention & Exhibition Centre



Sumber: suntecsingapore.com

Gambar 1.7
Meeting & Convention di Suntec Singapore



Sumber: suntecsingapore.com

Gambar 1.8
Ruang exhibition di Suntec Singapore



LATIHAN

Untuk memperdalam pemahaman Anda mengenai materi di atas, kerjakanlah latihan berikut!

- 1) Jelaskan pemahaman Anda mengenai industri MICE!
- 2) Jelaskan bagaimana pentingnya bisnis MICE?

Petunjuk Jawaban Latihan

- 1) Pemahaman mengenai industri MICE didasari oleh lima aspek, yaitu.
 - a) Industri baru dengan perkembangan yang sangat cepat.
 - b) Penyelenggaraan kegiatan MICE banyak menggunakan infrastruktur pariwisata.
 - c) Kegiatan MICE berkarakteristik padat karya.
 - d) Pengeluaran wisatawan MICE lebih besar dari wisatawan biasa.
 - e) Tingginya persaingan memunculkan perlunya pembentukan asosiasi untuk memperkuat kegiatan MICE.
- 2) Pentingnya bisnis MICE bagi banyak negara memicu setiap negara berinvestasi pada bisnis MICE dengan alasan.
 - a) Tujuan wisata aktif sebagai bagian kegiatan pariwisata.
 - b) Daerah tujuan wisata merupakan komplimen pada kegiatan MICE.
 - c) MICE dan bisnis pariwisata berkarakteristik *high-quality* dan *high yield*.
 - d) Kebanggaan internasional untuk menyelenggarakan kegiatan MICE bertaraf internasional.



RANGKUMAN

- 1) MICE merupakan industri baru dengan perkembangan yang pesat. MICE merupakan bagian dari kegiatan pariwisata karena menggunakan hampir seluruh infrastruktur pariwisata dalam penyelenggaraannya. Kegiatan yang berada dalam konteks MICE terdiri *Meeting, Incentive, Conference*, dan *Exhibition*.
- 2) Banyak negara membangun tempat untuk penyelenggaraan kegiatan MICE karena bisnis MICE mampu memberikan keuntungan yang besar bagi suatu negara. Pembangunan tempat penyelenggaraan kegiatan MICE dilengkapi dengan fasilitas untuk penyelenggaraan pameran, konferensi, seminar, pertemuan, acara internasional, acara olah raga, dan jenis kegiatan lainnya yang bersifat internasional.



TES FORMATIF 1

Pilihlah satu jawaban yang paling tepat!

- 1) Wisatawan bisnis merupakan wisatawan yang melakukan perjalanan untuk tujuan MICE dapat dikatakan sebagai
 - A. wisatawan mancanegara
 - B. wisatawan nusantara
 - C. *business traveler*
 - D. *backpacker*
- 2) Yang *tidak* termasuk dalam sepuluh (10) kota utama potensial tujuan MICE yang ditetapkan oleh pemerintah Indonesia adalah
 - A. Palembang
 - B. Surabaya
 - C. Batam
 - D. Manado
- 3) Arti *konvensi* yang dikeluarkan pemerintah melalui keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi mendefinisikan kongres, konferensi atau konvensi sebagai suatu kegiatan berupa pertemuan sekelompok orang yang bertujuan untuk
 - A. membahas masalah yang berkaitan dengan ekonomi
 - B. membahas masalah yang berkaitan dengan isu lingkungan
 - C. membahas masalah yang berkaitan dengan perkembangan teknologi
 - D. membahas masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama

- 4) Suatu perjalanan yang diselenggarakan oleh perusahaan untuk para karyawan dan mitra usaha sebagai imbalan penghargaan atas prestasi pada perusahaan dinamakan
 - A. *meeting*
 - B. *incentive*
 - C. *conference*
 - D. *convention*

- 5) Kegiatan yang bertujuan menyebarluaskan serta memperkenalkan barang dan jasa perusahaan disebut
 - A. *meeting*
 - B. *incentive*
 - C. *conference*
 - D. *exhibition*

- 6) Kegiatan MICE merupakan kegiatan dengan karakteristik *high quality*, yang berarti
 - A. kegiatan MICE memberikan penjualan produk yang besar
 - B. kegiatan MICE memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan semua pihak
 - C. kegiatan MICE memberikan pendapatan yang tinggi
 - D. kegiatan MICE mampu menarik minat pelaku bisnis lain bergabung

- 7) Kegiatan MICE merupakan kegiatan dengan karakteristik *high yield*, yang berarti
 - A. kegiatan MICE memberikan penjualan produk yang besar
 - B. kegiatan MICE memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan semua pihak
 - C. kegiatan MICE memberikan pendapatan yang tinggi
 - D. kegiatan MICE mampu menarik minat pelaku bisnis lain bergabung

- 8) Suntec adalah *convention and exhibition center* yang terletak di negara....
 - A. Indonesia
 - B. Thailand
 - C. Jerman
 - D. Singapura

- 9) ICE BSD adalah *convention and exhibition center* yang terletak di negara
 - A. Indonesia
 - B. Thailand

- C. Jerman
 - D. Singapura
- 10) *Convention and exhibition center* yang mendapat penghargaan dari UFI karena sukses melakukan perubahan dalam industri eksibisi dalam menerapkan strategi *human resources* sebagai rekanan bisnis adalah
- A. ICE Convention and Exhibition
 - B. Suntec Convention Center and Exhibition
 - C. Bermingham Symphoy Hall
 - D. Maastrich Congress Centre

Cocokkanlah jawaban Anda dengan Kunci Jawaban Tes Formatif 1 yang terdapat di bagian akhir modul ini. Hitunglah jawaban yang benar. Kemudian, gunakan rumus berikut untuk mengetahui tingkat penguasaan Anda terhadap materi Kegiatan Belajar 1.

$$\text{Tingkat penguasaan} = \frac{\text{Jumlah Jawaban yang Benar}}{\text{Jumlah Soal}} \times 100\%$$

Arti tingkat penguasaan: 90 - 100% = baik sekali
80 - 89% = baik
70 - 79% = cukup
< 70% = kurang

Apabila mencapai tingkat penguasaan 80% atau lebih, Anda dapat meneruskan dengan Kegiatan Belajar 2. **Bagus!** Jika masih di bawah 80%, Anda harus mengulangi materi Kegiatan Belajar 1, terutama bagian yang belum dikuasai.

KEGIATAN BELAJAR 2**Pasar Kegiatan MICE****A. KEBUTUHAN PASAR PENYELENGGARAAN KEGIATAN MICE**

Perkembangan penyelenggaraan kegiatan MICE di dunia sangat pesat, terlihat dari terus meningkatnya jumlah perusahaan penyelenggara kegiatan MICE dan penyedia jasa pelayanan yang berhubungan dengan kegiatan MICE. Di Eropa, perkembangan kegiatan MICE ditandai dengan peningkatan jumlah perusahaan yang melakukan perjalanan insentif untuk menemukan ide baru dalam pengembangan perusahaannya serta memberikan penghargaan bagi pegawainya. Kegiatan lain yang sering dilakukan perusahaan adalah memperkenalkan produk perusahaan kepada masyarakat luas dalam suatu pameran atau ekspo. Penyelenggaraan kegiatan jenis tersebut, biasa dikatakan sebagai kegiatan MICE.

Penyelenggara kegiatan MICE untuk perusahaan dikenal dengan istilah, PCO (*Professional Conference Organizer*) atau PEO (*Professional Exhibition Organizer*). Nama lain bagi penyelenggara kegiatan MICE beragam, sesuai dengan konteks kegiatan MICE yang dilakukan. Para penyelenggara kegiatan MICE harus mampu melihat peluang akan perlunya perusahaan menggunakan jasa mereka dengan cara mengidentifikasi tujuan perusahaan. Perusahaan melakukan kegiatan MICE didasarkan pada beragam kebutuhan, seperti perjalanan insentif, yang banyak dilakukan perusahaan dalam konteks bisnis yang di dalamnya terdapat kegiatan wisata.

Jenis perjalanan insentif banyak berkembang di perusahaan dan terus meningkat di seluruh dunia. Tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan bisnis MICE juga dilirik oleh perusahaan agen perjalanan wisata untuk mengembangkan bisnis MICE sebagai bagian dari bisnis perjalanan wisata, terutama perjalanan insentif. Peluang dalam konteks kegiatan MICE di perusahaan perjalanan wisata telah meningkatkan peran perusahaan perjalanan wisata dalam mengembangkan bisnisnya sehingga perusahaan perjalanan wisata saat ini mengemas kegiatan MICE dan dijual kepada banyak perusahaan.

Perkembangan bisnis perjalanan insentif sejalan dengan perkembangan teknologi dan membuat sekelompok orang saling berkumpul untuk melakukan pertemuan. Globalisasi merupakan faktor pendorong untuk terselenggaranya beragam pertemuan dalam rangkaian perjalanan insentif. Dengan berpandangan bahwa dunia menjadi semakin kecil, tempat yang jauh mulai mudah dijangkau dalam waktu singkat maka kegiatan perjalanan insentif dan pertemuan lainnya juga berkembang pesat. Beragam agenda yang telah ditetapkan oleh banyak organisasi dan perusahaan memberikan peluang bagi penyelenggara kegiatan MICE untuk memprediksi kegiatan MICE sampai dengan beberapa tahun ke depan. Hal ini memberikan peluang kepada penyelenggara untuk terus memasarkan jasanya dalam mengelola kegiatan MICE bagi perusahaan atau organisasi.

Perkembangan penyelenggaraan kegiatan MICE didukung oleh berbagai pihak, terutama pemerintah di berbagai negara. Hal ini terlihat dari tumbuhnya jumlah tempat penyelenggaraan kegiatan MICE di hampir semua kota besar di dunia. Dengan tersedianya fasilitas yang baik untuk penyelenggaraan kegiatan MICE di berbagai negara, setiap penyelenggara kegiatan MICE harus dapat memaksimalkan kegunaan fasilitas yang tersedia sebagai sarana untuk meningkatkan pelayanan dalam bisnis ini. Sebagai contoh, dibangunnya *Indonesian Convention Exhibition (ICE)* di Tangerang, Banten pada tahun 2015 mampu menampung 5 ribu sampai 18 ribu orang merupakan tempat penyelenggaraan terbesar yang ada di Indonesia. ICE dilengkapi dengan beragam kebutuhan untuk penyelenggaraan eksibisi, pameran dagang, konferensi dan jenis kegiatan MICE lainnya. Sebagai tempat penyelenggaraan yang besar, ICE telah memiliki jadwal penyelenggaraan kegiatan MICE sampai beberapa tahun ke depan.

Penyelenggara selalu mencari tempat yang baik untuk kegiatan MICE. Tidak terlepas dari kelengkapan fasilitas yang ditawarkan, setiap penyedia fasilitas penyelenggara kegiatan MICE akan saling bersaing memberikan pelayanan yang lebih baik. Hal ini meningkatkan persaingan untuk mendapatkan pasar pada industri MICE. Oleh karenanya penyelenggaraan kegiatan MICE harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumennya. Saat ini banyak penyelenggara kegiatan MICE berkembang pesat karena keuntungan yang diperoleh sangat tinggi. Bisnis MICE juga berlangsung sepanjang tahun karena perusahaan, organisasi, institusi melakukan bisnis sepanjang tahun dan memerlukan jasa penyelenggara kegiatan MICE selama bisnis masih terus berlangsung.

Bisnis MICE diprediksi akan terus berkembang karena dilihat dari peluang pada organisasi atau perusahaan yang akan menyelenggarakan kegiatan MICE. Meskipun jumlah perusahaan yang ingin memperkenalkan produknya dapat diketahui dan diprediksi, namun kebutuhan akan adanya penyelenggaraan kegiatan MICE dalam konteks pengenalan produk atau pameran masih sulit diprediksi. Hal ini disebabkan oleh faktor-faktor internal perusahaan seperti kurangnya dana untuk memperkenalkan produk atau waktu yang tidak tepat untuk menyelenggarakan pameran. Namun demikian, masih banyak perusahaan besar yang meminta penyelenggara MICE untuk mengemas kegiatan untuk memperkenalkan produk perusahaan mereka. Peluang inilah yang harus dimanfaatkan oleh penyelenggara MICE untuk menjadi penyelenggara kegiatan bagi perusahaan.

B. DAMPAK PENYELENGGARAAN KEGIATAN MICE

Beragam kegiatan MICE berskala internasional diselenggarakan di Indonesia berdampak positif dalam peningkatan ekonomi regional dan nasional. 10 destinasi yang telah ditetapkan oleh pemerintah Indonesia sebagai pusat industri MICE berskala nasional dan internasional diharapkan dapat mendukung promosi dan penjualan produk-produk Indonesia. MICE dapat menjadi motor penggerak tumbuhnya industri lain mendukung penyelenggaraan MICE.

Bisnis MICE merupakan bagian dari sub sektor pariwisata karena kegiatan MICE yang diselenggarakan menggunakan lebih banyak infrastruktur pariwisata. Secara keseluruhan industri pariwisata merupakan industri terbesar di dunia. Di Indonesia, MICE merupakan salah satu sektor industri pariwisata yang paling menjanjikan. Dalam kegiatan MICE yang menghadirkan anggota asosiasi, perusahaan, dan pembicara tingkat dunia, secara tidak langsung akan mempromosikan kegiatan wisata dan menikmati langsung keindahan destinasi. Berdasarkan data *International Congress & Convention Association* (ICCA), rata-rata tinggal wisatawan mancanegara di Indonesia 5 malam dengan pengeluaran lebih dari US\$ 200 per hari, dibandingkan dengan angka pengeluaran peserta kegiatan MICE yang mencapai tujuh kali lipat lebih tinggi dari wisatawan biasa. Wisatawan MICE umumnya adalah *opinion leader* dari kalangan pengusaha, profesional maupun pemerintahan yang melakukan kegiatan pada saat *low season* (waktu kunjungan sepi) (*industry.kontan.co.id*, 2018). Faktor yang memengaruhi kegiatan MICE terdiri dari.

1. Faktor Ekonomi

Kegiatan konferensi berada dalam konteks kegiatan pariwisata didukung oleh banyak sektor industri lainnya dipengaruhi oleh kondisi ekonomi suatu negara dan ekonomi dunia secara keseluruhan. Kejadian yang memengaruhi adalah ketika terjadi resesi pada sekitar tahun 1998 di banyak negara Asia, banyak terjadi pembatalan kegiatan MICE. Akibat dari pembatalan kegiatan MICE adalah penurunan pendapatan atau penyelenggaraan kegiatan MICE tetap berlangsung, tetapi dengan penekanan biaya yang tentunya jauh dari biaya sebelumnya. Kondisi ekonomi juga memengaruhi perusahaan dalam menyelenggarakan kegiatan MICE. Perusahaan mengalami penurunan keikutsertaannya pada kegiatan MICE, pengurangan jumlah delegasi dari setiap perusahaan, pengurangan jumlah biaya yang harus dikeluarkan, mengurangi biaya katering dan perubahan penggunaan akomodasi menjadi tempat dengan biaya sewa lebih rendah (hotel bintang tiga ke bawah lebih sering digunakan daripada hotel berbintang lima).

Sejalan dengan itu, nilai tukar mata uang suatu negara berpengaruh terhadap penyelenggaraan kegiatan MICE, misalnya dengan tingginya nilai tukar mata uang mungkin akan lebih sedikit kegiatan MICE diselenggarakan oleh negara-negara yang memiliki nilai tukar mata uang lebih rendah, hal ini berpengaruh terhadap keseluruhan biaya yang harus ditanggung oleh peserta untuk perjalanannya ke luar negeri. Hal sebaliknya juga terjadi di negara dengan nilai tukar mata uang rendah ini akan menciptakan peluang untuk banyak diselenggarakannya kegiatan MICE dengan pasar dari negara yang memiliki nilai mata uang tinggi.

Bagaimanapun, industri MICE masih memiliki karakteristik positif karena kegiatan MICE suatu asosiasi atau perusahaan dan pemerintahan harus tetap berlangsung walaupun dengan banyak keterbatasan. Dengan adanya keterbatasan ini, penyelenggara kegiatan MICE harus mencari cara untuk dapat melangsungkan kegiatan yang sukses tanpa meninggalkan tujuan diselenggarakannya kegiatan MICE. Hal inilah yang diinginkan oleh perusahaan yang fokus pada kondisi ekonomi perusahaannya, dengan biaya yang rendah mampu menyelenggarakan kegiatan MICE yang baik dan sukses sesuai dengan tujuan penyelenggaraan kegiatan bagi perusahaan.

2. Faktor Keamanan

Faktor keamanan suatu negara dan internasional berpengaruh terhadap penyelenggaraan kegiatan MICE. Tragedi WTC 11 September 2001 yang diidentifikasi sebagai kegiatan teroris dan telah memberikan dampak

langsung pada kegiatan perjalanan internasional. Karena faktor keamanan, banyak kegiatan MICE ditunda atau dibatalkan yang berakibat pada terjadinya penurunan penyelenggaraan kegiatan MICE. Akibat faktor keamanan atas serangan 9/11, di Amerika, banyak peserta menolak untuk menghadiri kegiatan MICE yang jauh dari tempat tinggalnya dan harus menggunakan jasa penerbangan. Di Inggris, seperempat dari jumlah total penyelenggaraan MICE dibatalkan. Di Indonesia sendiri, Pacto Convex sebagai *market leader* perusahaan jasa pengelola kegiatan MICE, mengalami penurunan 50% jumlah peserta pada tahun 2002, di mana pada tahun 2001 pencapaian wisatawan konvensi sebesar 91.000 orang (Pacto Convex- News & Article, 2003). Lebih jauh lagi pasca Bom Bali, terjadi pembatalan kegiatan *Meeting* dan *Conference* dan diperkirakan kerugian yang diderita lebih dari US\$10 juta (Bali Update, 2002). Beberapa hal tersebut memperlihatkan bahwa gangguan keamanan berpengaruh besar terhadap kunjungan wisatawan MICE atau peserta pada kegiatan MICE.

Melihat kondisi keamanan suatu negara atau wilayah, banyak orang tidak tertarik untuk mengikuti kegiatan MICE di daerah yang tidak aman sehingga pemilihan tempat untuk penyelenggaraan kegiatan MICE perlu diperhatikan. Walaupun tempat penyelenggaraan merupakan tempat yang aman, namun perjalanan menuju tempat penyelenggaraan kegiatan MICE harus tetap dipertimbangkan. Misalnya, keinginan orang untuk menggunakan alat transportasi tertentu (pesawat terbang) dinilai tidak aman pasca terjadinya aksi teroris.

3. Faktor lain

Krisis lainnya yang berpengaruh terhadap penurunan jumlah peserta kegiatan MICE adalah karena adanya epidemi penyakit, perang atau bencana alam. Pada tahun 2001, di Inggris terjadi penyebaran penyakit mulut dan kaki yang disebabkan oleh peternakan sapi. Di Asia berkembang *Avian flu* (flu burung) sekitar tahun 2006. Kedua hal tersebut telah memberikan dampak negatif terhadap jumlah kunjungan dan penyelenggaraan kegiatan MICE di mana penyakit tersebut berkembang. Walaupun telah dilakukan pembasmian terhadap perkembangan penyakit tersebut, tetapi pengaruh yang besar dari kedua jenis penyakit tersebut terlihat pada turunnya kunjungan baik wisatawan ataupun pembatalan kegiatan MICE di berbagai tempat di dunia.

Faktor lain yang memengaruhi kegiatan MICE adalah bencana alam, terjadinya tsunami di kawasan Asia sampai ke Afrika pada tahun 2004 juga berdampak pada turunnya penyelenggaraan kegiatan MICE. Menurunnya jumlah kegiatan MICE karena infrastruktur dan fasilitas penyelenggaraan kegiatan MICE rusak, termasuk juga akses menuju tempat penyelenggaraan kegiatan MICE. Hal tersebut memengaruhi peserta kegiatan MICE melakukan perjalanan karena tidak lengkapnya fasilitas dan infrastruktur yang tersedia.

Kenyataannya, krisis, dan bencana berpengaruh besar terhadap permintaan penyelenggaraan kegiatan MICE terutama pada kegiatan yang bersifat internasional. Antisipasi perlu dilakukan dengan meningkatkan keamanan karena penyelenggaraan kegiatan MICE akan berlangsung dengan baik dalam kondisi yang baik dan aman.

4. Pengaruh Teknologi

Perkembangan teknologi seperti adanya satelit, video, dan *tele-conference* telah meningkatkan jumlah permintaan pada bisnis penyelenggaraan konferensi. Meskipun perkembangannya perlahan, tetapi jelas sekali penggunaan teknologi dalam kegiatan MICE terus berkembang. Dalam satu survei di Inggris, konferensi video digunakan oleh 61,7% dari total responden pada tahun 2001, sementara di Amerika *tele-conference* telah digunakan oleh 50% asosiasi sepanjang tahun 2001 (Rogers, 2003). Jumlah ini terus meningkat melihat gejala perkembangan teknologi yang diadopsi oleh banyak perusahaan besar.

Banyak tempat penyelenggaraan kegiatan MICE mulai memfasilitasi dengan kelengkapan video dan *tele-conference*, hal ini bertujuan untuk mendapatkan pasar khusus yang terus berkembang. Adanya anggapan bahwa dengan munculnya globalisasi, dunia menjadi semakin sempit di mana hal ini juga dialami bisnis MICE sehingga kemajuan teknologi telah memberikan warna tersendiri pada penyelenggaraan kegiatan MICE. Dengan perkembangan teknologi, tidak semua peserta harus hadir dalam sebuah konferensi sehingga muncullah istilah '*tele-conference*'. Peningkatan kegiatan *tele-conference* telah mengubah persepsi kehadiran orang secara fisik dalam suatu kegiatan MICE. Peserta tidak perlu berada di tempat di mana kegiatan MICE berlangsung, tetapi bisa secara maya berada di tempat yang sama saat kegiatan MICE berlangsung.

Bahkan pada salah satu Olimpiade Musim Dingin di Nagano, Jepang, acara pembukaan olimpiade dilangsungkan dengan menghadirkan paduan suara dari lima benua secara bersamaan. Perbedaan waktu di lima benua tidak menjadi halangan untuk peserta paduan suara memberikan kontribusinya pada acara pembukaan. Dengan bantuan satelit yang ditayangkan pada TV layar lebar, keseluruhan peserta paduan suara dari lima benua dapat ikut bernyanyi pada acara pembukaan tersebut.

Saat ini *Webcasting* sudah banyak digunakan dalam penyelenggaraan kegiatan MICE. *Webcasting* merupakan teknologi yang dapat menghadirkan peserta secara *virtual*. Peserta hanya perlu duduk di depan komputer dan mendengarkan presentasi dan bahkan berdiskusi dari tempat lain. *Webcasting* telah meningkatkan jumlah peserta menjadi lebih banyak dan jangkauan lebih luas tanpa harus hadir secara fisik di tempat penyelenggaraan kegiatan MICE. Peserta dapat dengan mudah mengakses seluruh kegiatan MICE.

Terjadi peningkatan jumlah peserta pada kegiatan MICE karena penggunaan teknologi. Teknologi telah mengubah persepsi atas kehadiran seseorang dalam kegiatan MICE. Hal ini merupakan dampak karena secara finansial untuk hadir di tempat penyelenggaraan kegiatan MICE peserta tidak perlu mengeluarkan biaya yang tinggi. Di samping itu, penghematan waktu dapat dilakukan karena tidak perlu menghabiskan waktu yang banyak menuju tempat penyelenggaraan kegiatan MICE.

Teknologi juga memengaruhi perusahaan untuk menggunakan aplikasi yang tersedia dengan bebas di dunia maya untuk digunakan sebagai salah satu fasilitas perusahaan untuk melakukan pertemuan secara *online*. Meskipun beragam aplikasi dapat digunakan tanpa biaya, masih banyak fasilitas lain yang diperlukan perusahaan untuk meningkatkan kualitas pertemuan secara *online*. Dengan demikian, teknologi terbaru akan selalu ada untuk memberikan kualitas pertemuan yang lebih baik dalam setiap kegiatan MICE.

5. Dampak Ekonomi

Pemerintah di banyak negara menjadikan pariwisata sebagai industri prioritas, termasuk di Indonesia. Perkembangan pariwisata mampu meningkatkan keuntungan secara ekonomi serta menciptakan lapangan kerja. MICE merupakan salah satu kegiatan dalam sektor pariwisata yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Kegiatan MICE juga mampu meningkatkan pengeluaran peserta dan lama tinggal di daerah tujuan yang

sedang diselenggarakan MICE. Hal ini terjadi karena banyak peserta datang bersama pasangannya atau teman yang ingin menikmati destinasi sehingga waktu tinggal di daerah tujuan menjadi lebih lama dan pengeluaran bertambah.

Banyak peserta menghadiri kegiatan MICE tidak hanya mengeluarkan uangnya untuk kegiatan tersebut, tetapi biaya-biaya lain yang dikeluarkan untuk kegiatan di luar kegiatan MICE yang diikuti. Sebagai dampak ekonomi yang muncul dari kegiatan MICE, jumlah pengeluaran peserta terbagi pada biaya di luar biaya yang telah ditetapkan oleh penyelenggara, seperti peserta melakukan perjalanan sebelum atau setelah kegiatan MICE berlangsung. Hal ini akan menambah komponen pada biaya perjalanan, akomodasi, restoran, belanja, dan pelayanan lain yang berhubungan dengan kegiatan wisata atau kegiatan tambahan lainnya. Peningkatan ekonomi secara lokal terjadi karena peningkatan jumlah wisatawan datang ke suatu daerah, memerlukan akomodasi, serta makanan yang disediakan oleh *supplier* (penyedia). Dampak peningkatan ekonomi secara tidak langsung pada area tertentu karena adanya suatu kegiatan biasa dikenal dengan istilah *multiplier effect*.

Dampak diselenggarakannya kegiatan MICE pada masyarakat di sekitar lokasi dapat dianalisis dalam kaitannya dengan ekonomi keseluruhan. Beberapa hal yang dapat terjadi karena adanya penyelenggaraan kegiatan MICE di suatu daerah adalah kegiatan MICE memberikan dampak pada penyerapan tenaga kerja secara langsung, tetapi tidak berdampak langsung pada bisnis, pelayanan, serta infrastruktur pada daerah tersebut. Dampak tidak langsung tersebut dapat berupa ketersediaan fasilitas penunjang yang dibutuhkan pengunjung tidak dibeli di daerah tempat kegiatan itu diselenggarakan atau fasilitas dan pelayanan yang digunakan tidak dari daerah tersebut, misalnya *photographer*, makanan dari daerah luar. Hal tersebut dapat terjadi karena tempat penyelenggaraan tidak memiliki seluruh fasilitas yang diperlukan oleh penyelenggara kegiatan MICE.

Banyak kegiatan MICE diselenggarakan berdampak pada ekonomi secara keseluruhan. Pertimbangan yang dapat diambil adalah bahwa kegiatan MICE harus memberikan keuntungan jangka panjang pada tempat di mana kegiatan MICE diselenggarakan. Misalnya, apabila membangun suatu gedung pertunjukan, seperti Symphony Hall di Birmingham, Inggris, Exhibition dan Congress Centre di Maastrich, Belanda, Pattaya Exhibition and Convention Hall dan ICE di Banten, Indonesia akan memberikan keuntungan jangka panjang bagi masyarakat sekitar. Diselenggarakannya

kegiatan MICE di tempat-tempat yang telah dibangun harus mampu memberikan dampak ekonomi secara berkelanjutan. Pembangunan tempat penyelenggaraan kegiatan MICE di banyak negara telah dilaksanakan dengan asumsi bahwa investasi telah ditanamkan. Dengan demikian, pertimbangan yang perlu dilakukan adalah bahwa suatu area akan menjadi tempat tujuan diselenggarakannya kegiatan MICE dan membawa dampak ekonomi pada masyarakat sekitar.

C. JUMLAH PENGELUARAN PESERTA KEGIATAN MICE

Jumlah pengeluaran wisatawan yang menghadiri kegiatan MICE lebih besar dari jumlah pengeluaran wisatawan yang berkunjung sebagai turis. Tingginya pengeluaran disebabkan oleh paket biaya yang dikeluarkan harus dibayar di muka. Pembayaran ini meliputi registrasi, akomodasi, katering, hiburan, serta pelayanan lainnya. Selain biaya yang harus dibayarkan di muka tersebut terdapat juga biaya yang dikeluarkan oleh peserta, seperti transportasi perjalanan dari/dan ke tempat kegiatan MICE, transportasi lokal di tempat penyelenggaraan, belanja dan cinderamata, perjalanan sebelum dan sesudah kegiatan berlangsung. Dengan banyaknya komponen yang digunakan dalam kegiatan MICE, dapat dipastikan bahwa total pengeluaran peserta kegiatan MICE akan lebih besar daripada jenis wisatawan yang berkunjung tidak untuk keperluan MICE karena paket biaya tidak dapat dikurangi.

Pembayaran biaya kegiatan MICE di muka memberikan kepastian kepada penyelenggara bahwa peserta yang akan mengikuti kegiatan MICE sudah jelas. Begitu juga bagi peserta, dengan melakukan pembayaran di muka, kepastian tempat telah diterima. Dua pihak sama-sama memiliki kepastian yang tidak jarang harus dilakukan beberapa bulan sebelum kegiatan dilaksanakan. Hal tersebut menjelaskan bahwa kegiatan MICE memberikan peluang yang besar untuk diselenggarakan karena peserta yang akan mengikuti kegiatan MICE sudah dapat memastikan kehadirannya jauh sebelum waktu diselenggarakannya kegiatan MICE. Bagi peserta jadwal kegiatan yang sudah diketahui dapat menjadi peluang untuk menyusun kegiatan dengan lebih pasti.

Kegiatan MICE memberikan dampak yang sangat besar bagi masyarakat maupun perekonomian secara nasional. Sebagai salah satu bagian dari industri pariwisata, kegiatan ini memberikan kontribusi yang tidak sedikit.

Sebagai perbandingan, wisatawan mancanegara datang ke Indonesia dengan rata-rata lama tinggal 8 hari mengeluarkan biaya sekitar US\$ 131,64 per hari atau sekitar US\$ 1.103,81 selama kunjungan di Indonesia pada tahun 2016 (Kemenpar, 2017). Sementara, wisatawan yang datang untuk kegiatan MICE di Indonesia menghabiskan biaya sekitar US\$ 200 per hari dengan lama kunjungan rata-rata 5 malam (*industri.kontan.co.id*, 2018). Dengan perbandingan ini, kegiatan MICE merupakan kegiatan yang sangat menguntungkan dari sisi devisa bagi Indonesia. Kegiatan MICE tidak hanya dihadiri peserta saja, tetapi istri (*spouse*), anak atau teman yang ikut datang berkunjung. Tentunya kehadiran pendamping dalam kegiatan MICE akan memberikan tambahan biaya yang dikeluarkan peserta dan memberikan peluang bagi penyelenggara untuk membuat program sosial bagi pendamping yang akan menghasilkan lagi pendapatan lain. Dengan demikian, kegiatan MICE mempunyai potensi yang jauh lebih besar dilihat dari sisi ekonomi dibandingkan wisatawan yang berkunjung untuk berekreasi.

Beragam kegiatan MICE yang diselenggarakan dapat dikategorikan sebagai kegiatan bisnis dan wisata. Tabel 1.1 menjelaskan matrik kegiatan MICE sebagai kegiatan wisata dan bisnis.

Tabel 1.1
Matriks Kegiatan MICE sebagai Kegiatan Wisata dan Bisnis

Jenis	Organisasi	Asosiasi Nasional	Asosiasi Internasional	Sektor Pemerintah
<i>Meeting</i>	Pertemuan di luar kantor dengan durasi sedikitnya 6 jam terdiri dari minimal 8 orang peserta. Dapat berupa <i>training</i> , rapat, <i>retreat</i> .	Rapat pemimpin, rapat regional, pelatihan, pemberian informasi.	Rapat pimpinan terbatas, lamanya 1–2 hari diselenggarakan oleh satu asosiasi suatu negara.	Biasanya diselenggarakan untuk masyarakat luas, 1 hari penyelenggaraan berupa pelatihan, pemberian informasi.
<i>Conference</i>	Lama penyelenggaraan 1–2 hari, program formal yang telah dipublikasikan. Biasanya delegasi harus melakukan reservasi untuk hadir.	Diselenggarakan secara periodik (tahunan) untuk waktu 2–3 hari penyelenggaraan.	Diselenggarakan secara periodik (kurang dari satu tahun), tempat penyelenggaraan yang selalu berganti negara berdasarkan <i>bidding</i> , 3–5 hari penyelenggaraan.	Konferensi yang biasanya berlangsung selama 1–2 hari, peserta dari daerah di sekitar/ regional.

Jenis	Organisasi	Asosiasi Nasional	Asosiasi Internasional	Sektor Pemerintah
<i>Incentive</i>	Perjalanan bisnis untuk memberikan penghargaan atas prestasi pegawai, biasanya terdapat juga elemen konferensi dalam perjalanannya.			
<i>Exhibition</i>	Memperkenalkan produk baru perusahaan, menghadiri pameran yang diselenggarakan oleh <i>event organizer</i> atau asosiasi. Sebagai tamu perusahaan pada pameran dagang.	Dapat terdiri dari organisasi sebagai penyelenggara konferensi, berpartisipasi dalam pameran dagang sebagai peserta.	Dapat terdiri dari organisasi penyelenggara eksibisi dan konferensi juga sebagai penyelenggara pameran dagang.	Informasi/ <i>event</i> dagang.
<i>Corporate events</i>	Menyelenggarakan hiburan pada <i>event</i> olahraga, konser, dan <i>event</i> lainnya, berpartisipasi pada <i>event</i> olahraga atau sejenisnya			

Beragam kegiatan MICE telah diselenggarakan yang melibatkan banyak peserta di dalamnya. Beberapa kegiatan MICE yang diselenggarakan secara internasional dan menarik banyak pengunjung di antaranya dapat dilihat pada informasi berikut.

1. *Meeting*

Informasi mengenai kegiatan *meeting* internasional dapat dilihat pada jaringan berikut.

- a. <https://www.meetingsint.com/>
- b. <http://www.ala.org/aboutala/offices/iro/iroactivities/meetingsprograms>
- c. <http://www.iea-meeting-2018.org/>

2. *Incentive*

Informasi mengenai kegiatan *incentive* dapat dilihat pada jaringan berikut.

- a. businesssevents.newzealand.com/IncentiveTravel
- b. <http://www.incentivemag.com/News/Industry/IRF-Top-Incentive-Trends-2018/>
- c. <https://www.acendas.com/2018-trends-incentive-travel-reward-recognition-programs/>

3. *Conference*

Informasi mengenai konferensi dapat dilihat pada jaringan berikut.

- a. <http://www.miceandtourismaroundtheworld.com/calendar-of-events>
- b. <http://mice-cee.com/mice-akce/>
- c. <http://www.mice-agency.com/>

4. *Exhibition*

Informasi mengenai *exhibition* dapat dilihat pada jaringan berikut.

- a. <https://www.incentivetravel.co.uk/directories/mice-exhibitions-worldwide>
- b. <http://www.world-tourism-exhibitions.com/>
- c. https://www.ecexpo.com.tw/en_US/index.html



LATIHAN

Untuk memperdalam pemahaman Anda mengenai materi di atas, kerjakanlah latihan berikut!

- 1) Jelaskan bagaimana pasar kegiatan MICE?
- 2) Jelaskan faktor yang memengaruhi kegiatan MICE di suatu negara!

Petunjuk Jawaban Latihan

- 1) Pasar kegiatan MICE ditunjukkan dengan beragam hal, seperti.
 - a) Peningkatan jumlah perusahaan penyelenggara kegiatan MICE.
 - b) Peningkatan jenis kegiatan MICE yang diselenggarakan perusahaan.
 - c) Pengembangan bisnis MICE menjadi bagian penting dalam bisnis perjalanan wisata.

- d) Faktor pendorong untuk diselenggarakan kegiatan MICE, terutama faktor teknologi.
 - e) Dukungan berbagai pihak dalam penyelenggaraan kegiatan MICE.
- 2) Faktor yang memengaruhi kegiatan MICE terdiri dari.
- a) Faktor ekonomi.
 - b) Faktor keamanan.
 - c) Faktor lainnya, seperti epidemi, keamanan, dan bencana.
 - d) Faktor teknologi.



RANGKUMAN

- 1) Jumlah perusahaan penyelenggara kegiatan MICE terus meningkat sejalan dengan permintaan perusahaan untuk melakukan perjalanan insentif, melakukan pertemuan-pertemuan untuk kepentingan bisnis, dan memperkenalkan produk baru perusahaan. Peningkatan jumlah kegiatan yang diselenggarakan didukung oleh berbagai pihak, seperti pemerintah, asosiasi, dan pihak swasta. Perkembangan bisnis MICE juga sejalan dengan perkembangan teknologi untuk dapat menghasilkan kegiatan yang memiliki nilai dan menghasilkan kepuasan kepada pengguna jasa MICE.
- 2) MICE merupakan kegiatan yang padat karya, menggunakan banyak tenaga kerja dan memberikan dampak ekonomi yang besar bagi daerah di mana kegiatan MICE berlangsung. Dengan dampak ekonomi yang besar maka banyak negara berinvestasi dalam bisnis MICE.
- 3) Faktor yang memengaruhi kegiatan MICE terdiri dari (1) kondisi ekonomi suatu negara dan kondisi ekonomi suatu negara secara keseluruhan; (2) faktor keamanan suatu negara akan memengaruhi orang untuk mengikuti kegiatan MICE atau tidak; (3) faktor lainnya, seperti epidemi, perang atau bencana alam; dan (4) faktor teknologi yang memungkinkan orang tidak menghadiri kegiatan MICE, tetapi pertemuan dapat dilakukan lebih mudah karena pertemuan secara digital dapat dilakukan.

**TES FORMATIF 2**

Pilihlah satu jawaban yang paling tepat!

- 1) Kondisi ekonomi suatu negara memengaruhi diselenggarakannya kegiatan MICE. Dampak yang terjadi pada penyelenggaraan kegiatan MICE, *kecuali*
 - A. pengurangan jumlah keikutsertaan perusahaan pada kegiatan MICE
 - B. pengurangan jumlah delegasi dari setiap perusahaan
 - C. pengurangan jumlah biaya yang harus dikeluarkan
 - D. perubahan jenis akomodasi menjadi lebih baik

- 2) Banyak peserta menolak menghadiri kegiatan MICE karena beragam kondisi, seperti terjadinya serangan 9/11 di Amerika, bom Bali di Indonesia. Kondisi tersebut dikategorikan sebagai faktor
 - A. ekonomi
 - B. keamanan
 - C. bencana alam
 - D. epidemi

- 3) Perkembangan teknologi memengaruhi perkembangan kegiatan MICE sehingga banyak perusahaan menggunakan perkembangan teknologi dalam menyelenggarakan kegiatan MICE. Berikut adalah penggunaan teknologi dalam kegiatan MICE, *kecuali*
 - A. *video conference*
 - B. *tele-conference*
 - C. *webcasting*
 - D. tatap muka langsung antara peserta

- 4) Berikut adalah yang *tidak* termasuk dalam dampak ekonomi yang dihasilkan dari kegiatan MICE
 - A. tumbuhnya epidemi di suatu tempat kegiatan MICE
 - B. meningkatkan pengeluaran peserta dan lama tinggal di tempat penyelenggaraan kegiatan MICE
 - C. menciptakan lapangan kerja dan penyerapan tenaga kerja
 - D. investasi jangka panjang

- 5) Kegiatan yang diselenggarakan secara periodik kurang dari satu tahun, dengan tempat penyelenggaraan selalu berganti negara berdasarkan hasil *bidding* dan diselenggarakan selama 3–5 hari disebut
- A. *meeting*
 - B. *incentive*
 - C. *conference*
 - D. *exhibition*
- 6) Pertemuan di luar kantor dengan durasi sedikitnya 6 jam, terdiri dari minimal 8 orang peserta dengan kegiatan berupa pelatihan, rapat, atau *retreat* dapat disebut
- A. *meeting*
 - B. *incentive*
 - C. *conference*
 - D. *exhibition*
- 7) Kegiatan organisasi yang berfungsi untuk menyelenggarakan eksibisi, konferensi, dan lebih sering menyelenggarakan pameran dagang dinamakan
- A. *meeting*
 - B. *incentive*
 - C. *conference*
 - D. *exhibition*
- 8) Fakta yang *tidak* benar yang berhubungan dengan pengeluaran biaya oleh peserta kegiatan MICE adalah
- A. biaya yang dikeluarkan pada kegiatan MICE lebih kecil dari kegiatan wisata sebagai turis
 - B. biaya pada kegiatan MICE harus dibayar seluruhnya di muka sebelum kegiatan berlangsung
 - C. biaya kegiatan MICE, meliputi biaya untuk registrasi, akomodasi, katering, hiburan, dan layanan lainnya
 - D. biaya peserta MICE di Indonesia mencapai US\$ 200 per hari kegiatan
- 9) Lama tinggal rata-rata wisatawan MICE di Indonesia adalah ... hari.
- A. 3
 - B. 4
 - C. 5
 - D. 6

- 10) MICE merupakan kegiatan yang menggunakan banyak tenaga kerja dan memberikan dampak ekonomi yang besar, hal ini dikenal dengan istilah
- A. efisiensi
 - B. padat karya
 - C. *multiplier effect*
 - D. ekonomis

Cocokkanlah jawaban Anda dengan Kunci Jawaban Tes Formatif 2 yang terdapat di bagian akhir modul ini. Hitunglah jawaban yang benar. Kemudian, gunakan rumus berikut untuk mengetahui tingkat penguasaan Anda terhadap materi Kegiatan Belajar 2.

$$\text{Tingkat penguasaan} = \frac{\text{Jumlah Jawaban yang Benar}}{\text{Jumlah Soal}} \times 100\%$$

Arti tingkat penguasaan: 90 - 100% = baik sekali
80 - 89% = baik
70 - 79% = cukup
< 70% = kurang

Apabila mencapai tingkat penguasaan 80% atau lebih, Anda dapat meneruskan dengan modul selanjutnya. **Bagus!** Jika masih di bawah 80%, Anda harus mengulangi materi Kegiatan Belajar 2, terutama bagian yang belum dikuasai.

Kunci Jawaban Tes Formatif

Tes Formatif 1

- 1) C
- 2) A
- 3) D
- 4) B
- 5) D
- 6) B
- 7) C
- 8) D
- 9) A
- 10) B

Tes Formatif 2

- 1) D
- 2) B
- 3) D
- 4) A
- 5) C
- 6) A
- 7) D
- 8) A
- 9) C
- 10) B

Daftar Pustaka

- Exhibitionworld.co.uk. (2018). *Suntec Singapore wins 2018 UFI human resource award*. Diakses pada:
<http://www.exhibitionworld.co.uk/2018/07/17/suntec-singapore-ufi-human-resources-award/>.
- IAPCO. (1992). *International Association of Professional Congress Organizers, Meeting Industry Terminology*, Commission of the European Communities, Brussels.
- ICE Company Profile. (2018). Diakses pada:
<http://ice-Indonesia.com/uploads/2018/05/company-profile.pdf>.
- Indonesian Convention Exhibition (ICE BSD City). Diakses pada:
https://www.tripadvisor.co.id/Attraction_Review-g1493703-d8563712-Reviews-Indonesia_Convention_Exhibition_ICE_BSD-Tangerang_Banten_Province_Java.html.
- Industri.kontan.co.id. (2018). *Kementerian Pariwisata genjot potensi MICE*. Diakses pada: <https://industri.kontan.co.id/news/kementerian-pariwisata-genjot-potensi-mice> .
- Kemendag. (2011). *Potensi industri MICE Indonesia, warta ekspor, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, DJPEN/MJL/002/07/2011* (edisi Juli). Diakses pada:
http://djpen.kemendag.go.id/app_frontend/admin/docs/publication/3421336971013.pdf.
- Kemenpar. (2016). *Indonesia convention & exhibition Bureau*. Diakses pada:
<http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=16&id=3130>.
- Noor, A. (2007). *Globalisasi industri MICE*. Bandung: Alfabeta.
- _____ (2013). *Manajemen event*. Bandung: Alfabeta.

Rogers, T. (2003). *Conferences and conventions, A global industry*. London: Butterworth Heinemann.

_____ (2008). *Conferences and conventions, A global industry* (second edition). Oxford, Elsevier, Butterworth – Heinemann.

Shone, A. (1998). *The business of conference*. Oxford, Butterworth-Heinemann.

Suntecsingapore.com. (2018).

Diakses pada: <https://www.suntecsingapore.com/>.

Suntec Singapore's entrance gets lit up with an impressive mega full HD LED Digital Wall. Diakses pada: <https://www.lg.com/sg/press-release/suntec-singapore-entrance-gets-lit-up-with-an-impressive-mega-full-hd-led-digital-wall>.

Wartakota.tribunnews.com. (2018).

Diakses pada: <http://wartakota.tribunnews.com/2017/10/11/jokowi-buka-trade-expo-Indonesia-di-ice-bsd-66-negara-ikut-sera>.