ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Vol.5, No.10, September 2026

Peran Industri Mice terhadap Pengembangan Destinasi Pariwisata

Tomi Darmawan
Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo. Indonesia
E-mail: tomidarmawan2000@gmail.com

Article History:
Received: 19 Juli 2026
Revised: 29 Agustus 2026
Accepted: 05 September 2026

Keywords: *Industri MICE, Destinasi Pariwisata, Pengembangan Destinasi.*

Abstrak: *Industri Meetings, Incentives, Conventions, dan Exhibitions (MICE) telah berkembang menjadi salah satu sektor strategis dalam pengembangan destinasi pariwisata global. Berbeda dengan wisata rekreasi konvensional, aktivitas MICE memiliki karakteristik pengeluaran wisatawan yang lebih tinggi, tingkat lama tinggal yang lebih panjang, serta kontribusi ekonomi yang signifikan terhadap pembangunan wilayah. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis peran industri MICE terhadap pengembangan destinasi pariwisata melalui pendekatan literature review. Penelitian dilakukan dengan mengkaji berbagai artikel ilmiah nasional dan internasional yang membahas hubungan antara industri MICE, pengembangan destinasi, dampak ekonomi, destination brdaning, infrastruktur, daya saing destinasi, dan keberlanjutan pariwisata. Hasil kajian menunjukkan bahwa industri MICE berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui efek bergdana (multiplier effect), meningkatkan citra destinasi (destination image), memperkuat daya saing pariwisata, serta mendorong pembangunan infrastruktur perkotaan. Selain itu, kegiatan MICE juga berkontribusi terhadap peningkatan investasi, promosi destinasi, serta pembentukan jejaring bisnis internasional. Namun demikian, pengembangan industri MICE masih menghadapi tantangan berupa ketimpangan infrastruktur, rendahnya kualitas sumber daya manusia, transformasi digital, serta tuntutan implementasi konsep green MICE dalam menghadapi isu keberlanjutan. Artikel ini menyimpulkan bahwa pengembangan industri MICE perlu dilakukan melalui pendekatan kolaboratif yang mengintegrasikan pemerintah, pelaku industri, akademisi, dan masyarakat dalam rangka menciptakan destinasi pariwisata yang kompetitif dan berkelanjutan.*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi global maupun nasional (Yakup, 2019). Dalam beberapa dekade terakhir, industri pariwisata mengalami diversifikasi produk dan segmen pasar, salah satunya melalui perkembangan *industri Meetings, Incentives, Conventions, dan Exhibitions* (MICE). Industri MICE tidak lagi dipdanang sebagai aktivitas pendukung pariwisata semata, melainkan telah berkembang menjadi sektor strategis yang mampu meningkatkan daya saing destinasi, memperluas jaringan ekonomi, serta memperkuat posisi suatu wilayah dalam persaingan global (Kusuma, 2019).

United Nations World Tourism Organization menjelaskan bahwa industri MICE merupakan salah satu segmen wisata dengan nilai ekonomi tinggi (*high-yield tourism*) karena memiliki karakteristik wisatawan yang cenderung memiliki pengeluaran lebih besar dibdaning wisatawan rekreasi biasa. Wisatawan MICE umumnya melakukan perjalanan dengan tujuan menghadiri konferensi, pertemuan bisnis, pameran, maupun kegiatan insentif perusahaan, sehingga kebutuhan terhadap akomodasi, transportasi, konsumsi, hiburan, dan fasilitas pendukung menjadi lebih kompleks. Kondisi tersebut menghasilkan efek ekonomi yang luas terhadap destinasi wisata.

Dalam konteks pengembangan destinasi, industri MICE memiliki kontribusi yang berbeda dibdaningkan bentuk wisata konvensional. Wisata MICE tidak hanya menghasilkan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga mendorong pembangunan infrastruktur perkotaan, peningkatan kualitas pelayanan, penciptaan lapangan kerja, promosi destinasi internasional, serta peningkatan investasi. Kota-kota yang berhasil mengembangkan sektor MICE cenderung memiliki tingkat daya saing pariwisata yang lebih tinggi karena didukung oleh fasilitas konvensi, aksesibilitas, dan citra destinasi yang kuat (Murdopo, 2011).

Sebagai contoh, kota-kota seperti Singapore, Bangkok, dan Seoul berhasil memanfaatkan industri MICE sebagai instrumen pembangunan ekonomi dan diplomasi destinasi. Melalui penyelenggaraan konferensi internasional, pameran perdagangan, dan event global, kota-kota tersebut mampu memperkuat city brdaning, meningkatkan investasi asing, serta menarik wisatawan berkualitas tinggi (ICCA Statistics Report).

Di Indonesia, industri MICE mulai berkembang secara signifikan seiring meningkatnya perhatian pemerintah terhadap sektor ekonomi kreatif dan pariwisata berbasis event. Kota-kota seperti Jakarta, Bali, Yogyakarta, dan Bdanung telah berkembang menjadi pusat penyelenggaraan berbagai kegiatan MICE skala nasional maupun internasional. Dukungan infrastruktur, hotel berbintang, pusat konvensi, serta konektivitas transportasi menjadi faktor penting dalam mendorong daya saing destinasi MICE di Indonesia (ICCA Statistics Report).

Meskipun demikian, pengembangan industri MICE di Indonesia masih menghadapi sejumlah tantangan. Ketimpangan kualitas infrastruktur antar daerah, keterbatasan sumber daya manusia profesional, transformasi digital pascapdanemi, serta persaingan destinasi internasional menjadi hambatan yang memengaruhi keberhasilan pengembangan MICE. Selain itu, isu keberlanjutan (*sustainability*) juga semakin mendapat perhatian, terutama berkaitan dengan jejak karbon event, pengelolaan limbah, dan tuntutan implementasi konsep *green event* management (Alamsyah, 2024).

Berbagai penelitian mengenai industri MICE umumnya lebih banyak membahas dampak ekonomi, kepuasan peserta event, atau strategi pemasaran destinasi secara parsial. Namun demikian, masih terdapat keterbatasan kajian yang secara komprehensif mensintesis bagaimana industri MICE berkontribusi terhadap pengembangan destinasi pariwisata melalui berbagai dimensi, mulai dari aspek ekonomi, infrastruktur, citra destinasi, daya saing, hingga keberlanjutan. Dengan kata lain, terdapat kebutuhan terhadap suatu kajian literature review yang mampu mengintegrasikan temuan-temuan penelitian terdahulu untuk memberikan pemahaman yang lebih

komprehensif mengenai peran industri MICE terhadap pembangunan destinasi pariwisata.

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini bertujuan untuk menganalisis peran industri MICE terhadap pengembangan destinasi pariwisata melalui pendekatan literature review. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kontribusi industri MICE terhadap pengembangan destinasi, menganalisis dampak ekonomi dan sosial industri MICE mengkaji hubungan antara MICE, destination brdaning, dan daya saing destinasi, serta merumuskan tantangan pengembangan industri MICE yang berkelanjutan.

Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan literatur pariwisata MICE sekaligus menjadi referensi praktis bagi pemerintah, pelaku industri, akademisi, dan pengelola destinasi dalam menyusun kebijakan pengembangan MICE yang lebih efektif dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan literature review dengan tujuan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis hasil-hasil penelitian terdahulu mengenai peran industri *Meetings, Incentives, Conventions, dan Exhibitions* (MICE) terhadap pengembangan destinasi pariwisata. Pendekatan literature review dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perkembangan penelitian, pola hubungan antar variabel, serta kesenjangan penelitian (*research gap*) yang masih memerlukan pengkajian lebih lanjut.

Metode kajian yang digunakan merupakan kombinasi antara narrative literature review dan systematic review approach, yaitu dengan melakukan pencarian literatur secara sistematis namun tetap menekankan proses sintesis konseptual terhadap temuan-temuan penelitian. Pendekatan ini memungkinkan penulis tidak hanya mendeskripsikan penelitian sebelumnya, tetapi juga mengembangkan analisis kritis terhadap hubungan antara industri MICE dan pengembangan destinasi pariwisata.

Analisis dilakukan menggunakan pendekatan thematic analysis, yaitu mengelompokkan hasil penelitian terdahulu ke dalam tema-tema utama yang relevan dengan tujuan penelitian. Tema analisis yang digunakan meliputi konsep industri MICE dan destinasi pariwisata, dampak ekonomi industri MICE, peran MICE dalam destination brdaning, infrastruktur dan daya saing destinasi MICE, transformasi digital industri MICE, sustainability dan green MICE, tantangan pengembangan industri MICE, strategi pengembangan destinasi berbasis MICE.

Melalui pendekatan ini, penelitian tidak hanya menyajikan rangkuman studi sebelumnya, tetapi juga menghasilkan sintesis konseptual mengenai pola hubungan antara aktivitas MICE dan pengembangan destinasi wisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

I. Konsep Industri MICE dan Pengembangan Destinasi Pariwisata

Industri MICE (Meetings, Incentives, Conventions, dan Exhibitions) merupakan salah satu segmen pariwisata berbasis bisnis (business tourism) yang berorientasi pada penyelenggaraan kegiatan profesional, korporasi, akademik, maupun pemerintahan. Berbeda dengan wisata rekreasi tradisional, wisatawan MICE melakukan perjalanan dengan tujuan menghadiri pertemuan, kegiatan penghargaan perusahaan (incentive travel), konferensi, seminar, maupun pameran industri (Asmoro, 2025).

Menurut International Congress dan Convention Association, industri MICE merupakan sektor bernilai ekonomi tinggi karena melibatkan pengeluaran wisatawan yang lebih besar dibdaning wisatawan rekreasi biasa. Peserta MICE umumnya menghabiskan anggaran lebih tinggi

untuk akomodasi, konsumsi, transportasi, hiburan, hingga belanja selama kegiatan berlangsung.

Dalam perspektif pariwisata, industri MICE memiliki hubungan erat dengan konsep destination development atau pengembangan destinasi. Pengembangan destinasi tidak hanya dipahami sebagai peningkatan jumlah wisatawan, tetapi juga mencakup pembangunan infrastruktur, peningkatan kualitas pelayanan, penguatan identitas destinasi, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat (Rianty, 2026).

Menurut teori pengembangan destinasi yang dibawakan oleh Supriadi dan Roedjindanani, (2024) suatu wilayah dapat berkembang menjadi destinasi unggulan apabila memiliki, aksesibilitas memadai, fasilitas pendukung (amenities), atraksi wisata, tata kelola destinasi, citra destinasi yang kuat. Dalam konteks ini, industri MICE menjadi katalisator penting karena mendorong investasi terhadap berbagai elemen tersebut secara simultan.

Penelitian dari Anas et al., (2020) menunjukkan bahwa kota-kota yang berkembang sebagai pusat MICE cenderung mengalami percepatan pembangunan infrastruktur perkotaan. Kehadiran pusat konvensi, hotel berbintang, transportasi publik, fasilitas digital, dan kawasan bisnis sering kali menjadi konsekuensi dari kebutuhan industri MICE.

Sebagai contoh, Singapore berhasil membangun citra sebagai salah satu destinasi MICE terbaik dunia melalui integrasi antara fasilitas konvensi internasional, konektivitas global, kualitas pelayanan, dan strategi destination brdaning. Hal serupa juga terlihat pada Dubai dan Bangkok yang menjadikan MICE sebagai instrumen pembangunan ekonomi dan diplomasi internasional (Febrianur, 2016).

Di Indonesia, perkembangan industri MICE menunjukkan tren positif terutama di kota-kota metropolitan dan destinasi wisata utama. Bali misalnya, tidak hanya dikenal sebagai destinasi wisata rekreasi, tetapi juga berkembang sebagai pusat konferensi internasional. Penyelenggaraan berbagai event global telah meningkatkan visibilitas destinasi sekaligus memperkuat citra Indonesia di mata internasional. Namun demikian, pengembangan destinasi berbasis MICE tidak dapat dilepaskan dari kesiapan infrastruktur dan tata kelola (Setyawan, 2018).

Penelitian dari Wardhani, Rudatin dan Rajoendah, (2023) menunjukkan bahwa keberhasilan destinasi MICE sangat dipengaruhi oleh kualitas, bdanara dan konektivitas transportasi, fasilitas konvensi, kapasitas hotel, keamanan destinasi, dukungan kebijakan pemerintah, sumber daya manusia profesional. Dengan demikian, industri MICE dapat dipahami bukan hanya sebagai produk wisata bisnis, melainkan sebagai instrumen strategis pengembangan destinasi pariwisata yang memiliki implikasi ekonomi, sosial, dan spasial secara luas.

II. Peran Industri MICE terhadap Pertumbuhan Ekonomi Destinasi

Salah satu kontribusi utama industri MICE terhadap destinasi pariwisata adalah kemampuannya menghasilkan multiplier effect ekonomi. Secara sederhana, multiplier effect merujuk pada dampak ekonomi berantai yang muncul akibat aktivitas wisata. Pengeluaran peserta MICE tidak hanya dinikmati oleh penyelenggara event, tetapi juga menyebar ke berbagai sektor ekonomi seperti, hotel, restoran, transportasi, UMKM, pusat perbelanjaan, industri kreatif dan jasa hiburan (Utomo, 2023).

Wisatawan MICE memiliki pengeluaran rata-rata lebih tinggi dibdaning wisatawan leisure (leisure tourists). Hal ini disebabkan oleh karakteristik wisatawan bisnis yang cenderung menggunakan fasilitas premium dan tinggal lebih lama setelah kegiatan utama selesai. Konsep dampak ekonomi MICE sering dijelaskan melalui tiga bentuk dampak, yang pertama ada Dampak Langsung (Direct Impact) yaitu pengeluaran peserta terhadap hotel, transportasi, makanan, dan tiket acara. Kedua ada Dampak Tidak Langsung (Indirect Impact) yaitu peningkatan aktivitas

ekonomi pemasok barang dan jasa. Ketiga ada Dampak Turunan (Induced Impact) yaitu meningkatnya konsumsi masyarakat akibat bertambahnya pendapatan sektor wisata (Yuniati, 2018).

III. Peran Industri MICE dalam Destination Brdaning dan City Image

Salah satu kontribusi strategis industri MICE terhadap pengembangan destinasi pariwisata adalah kemampuannya memperkuat destination brdaning dan membangun city image suatu wilayah. Dalam konteks persaingan destinasi global, kota atau wilayah tidak lagi hanya bersaing melalui atraksi wisata alam dan budaya, tetapi juga melalui kapasitasnya sebagai penyelenggara kegiatan internasional, konferensi, pameran, dan pertemuan bisnis (Sanggarwati, Lestari dan Hayati, 2025).

Destination Brdaning merupakan proses membangun identitas, persepsi, dan citra suatu destinasi agar memiliki posisi kompetitif di pasar wisata global (Blain, Levy dan Ritchie, 2005). Menurut Alananzeh, (2012), event dan kegiatan MICE memiliki kekuatan besar dalam meningkatkan eksposur media, membangun reputasi internasional, dan memperkuat positioning destinasi.

Berbeda dengan promosi pariwisata konvensional, kegiatan MICE memberikan pengalaman langsung kepada peserta terhadap kualitas layanan, keamanan, fasilitas, budaya lokal, dan daya tarik destinasi. Pengalaman tersebut berpotensi menciptakan revisit intention (niat kunjungan ulang) maupun promosi tidak langsung melalui word of mouth dan jejaring profesional. Sebagai contoh, World Economic Forum di Davos tidak hanya berfungsi sebagai forum ekonomi internasional, tetapi juga membangun citra kota sebagai pusat diplomasi ekonomi global. Hal serupa terjadi pada berbagai konferensi internasional yang diselenggarakan di Singapore dan Barcelona, yang secara konsisten meningkatkan reputasi destinasi di mata investor dan wisatawan (Yustika, Ariawan dan Sinaga, 2026).

Penyelenggaraan event internasional di Bali seperti KTT internasional, forum bisnis, dan konferensi global terbukti meningkatkan eksposur internasional destinasi sekaligus memperkuat citra Indonesia sebagai negara dengan kapasitas penyelenggaraan event kelas dunia. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan destination brdaning berbasis MICE dipengaruhi oleh beberapa faktor utama yaitu, kualitas fasilitas konvensi, aksesibilitas internasional, keamanan destinasi, kualitas pelayanan, dukungan teknologi, pengalaman budaya lokal (Antara dan Chdanra, 2024).

Dengan demikian, industri MICE tidak hanya menciptakan kunjungan wisata sementara, tetapi juga berfungsi sebagai alat diplomasi destinasi (destination diplomacy) yang memperkuat citra dan reputasi wilayah dalam jangka panjang (Claro, Huguet dan Serrano, 2023).

IV. Infrastruktur dan Daya Saing Destinasi MICE

Keberhasilan suatu destinasi dalam mengembangkan industri MICE sangat dipengaruhi oleh kualitas infrastruktur dan tingkat daya saing destinasi (destination competitiveness). Destinasi dengan infrastruktur unggul cenderung lebih berhasil menarik event nasional maupun internasional. Destination Competitiveness merujuk pada kemampuan suatu destinasi untuk menawarkan pengalaman wisata yang lebih unggul dibdaning kompetitor melalui kombinasi sumber daya, pelayanan, kebijakan, dan infrastruktur (Cronjé dan Plessis, 2020).

Infrastruktur menjadi faktor fundamental karena peserta event memiliki kebutuhan yang lebih kompleks dibdaning wisatawan biasa. Infrastruktur utama yang menentukan daya saing destinasi MICE yang pertama ada fasilitas Konvensi dan Pameran. Ketersediaan convention center,

exhibition hall, meeting room, ballroom skala besar menjadi syarat utama destinasi MICE. Sebagai contoh, Sdans Expo dan Convention Centre di Singapore dan Bali Nusa Dua Convention Center menjadi contoh fasilitas yang berperan penting dalam mendukung event internasional (Dwyer dan Kim, 2003).

Yang kedua ada Aksesibilitas dan Transportasi. Konektivitas transportasi menjadi faktor penting karena sebagian besar peserta MICE berasal dari luar kota atau luar negeri. Destinasi unggul biasanya memiliki, bdanara internasional, transportasi publik, jaringan jalan baik, konektivitas digital. Penelitian menunjukkan bahwa aksesibilitas memiliki hubungan positif dengan keputusan penyelenggara dalam memilih lokasi event (Aminah, 2004).

Yang ketiga ada Kapasitas Akomodasi. Industri MICE membutuhkan kapasitas hotel yang besar serta variasi kelas akomodasi. Ketersediaan hotel berbintang, ruang meeting hotel, serta layanan premium berpengaruh besar terhadap kepuasan peserta event (Yuniati, 2023).

Yang keempat ada Infrastruktur Digital. Pascapdanemi, kebutuhan terhadap infrastruktur digital meningkat secara signifikan. Kebutuhan tersebut mencakup, internet berkecepatan tinggi, sistem registrasi digital, platform hybrid event, teknologi konferensi daring. Transformasi digital telah mengubah cara industri MICE beroperasi secara global. Penelitian menunjukkan bahwa destinasi yang berinvestasi pada infrastruktur digital cenderung lebih kompetitif dalam menarik event internasional (Lubis, Dalimunthe dan Gaol, 2022).

V. Transformasi Digital dalam Industri MICE

Pdanemi global telah mempercepat transformasi digital dalam industri MICE. Sebelum pdanemi, sebagian besar kegiatan MICE berlangsung secara tatap muka (offline). Namun, pembatasan mobilitas mendorong munculnya model, virtual event, hybrid meeting, digital exhibition. Transformasi ini menciptakan paradigma baru dalam penyelenggaraan event (Asmoro, 2025).

Hybrid Event menjadi model yang semakin populer karena memungkinkan peserta hadir baik secara fisik maupun virtual. Keuntungan model hybrid meliputi jangkauan peserta lebih luas, efisiensi biaya perjalanan, fleksibilitas partisipasi, pengurangan jejak karbon (carbon footprint) (Simons, 2019). Namun demikian, transformasi digital juga menghadirkan tantangan baru seperti kebutuhan teknologi tinggi, keamanan data, pengalaman peserta yang berbeda, adaptasi sumber daya manusia.

Masa depan industri MICE kemungkinan akan bergerak menuju model blended event ecosystem, yaitu kombinasi permanen antara pengalaman fisik dan digital. Dalam konteks pengembangan destinasi, digitalisasi membuka peluang baru karena destinasi tidak lagi hanya bersaing pada aspek fisik, tetapi juga pada kualitas ekosistem digital. Destinasi yang mampu menyediakan jaringan internet stabil, smart tourism ecosystem, sistem event digital, pemasaran berbasis data akan memiliki keunggulan kompetitif yang lebih besar (Chodor, B, 2020).

VI. Sustainable MICE dan Green Event Management

Seiring meningkatnya perhatian terhadap isu perubahan iklim dan keberlanjutan, industri MICE menghadapi tuntutan untuk menerapkan konsep green MICE atau penyelenggaraan event berkelanjutan. Green Event Management mengacu pada upaya mengurangi dampak lingkungan dari kegiatan event melalui praktik ramah lingkungan. Masalah utama industri MICE meliputi konsumsi energi tinggi, limbah plastik, emisi transportasi, pemborosan makanan, penggunaan material sekali pakai (Pratama dan Firmansyah, 2023).

Untuk mengatasi hal tersebut, berbagai destinasi mulai menerapkan Paperless Conference

yaitu mengurangi penggunaan kertas melalui aplikasi digital. Ada juga Sustainable Venue yaitu gedung event menggunakan efisiensi energi dan sistem pengelolaan limbah. Ada Green Transportation untuk mendorong transportasi rendah emisi. Ada Waste Management untuk Sistem daur ulang limbah event.

Penerapan konsep keberlanjutan dapat meningkatkan citra destinasi sekaligus memenuhi ekspektasi peserta event modern yang semakin peduli lingkungan. Selain memberikan manfaat lingkungan, konsep green MICE juga memperkuat daya saing destinasi karena banyak organisasi internasional mulai mensyaratkan stdanar keberlanjutan dalam pemilihan lokasi event (Gultom, 2025).

VII. Tantangan Industri MICE di Indonesia

Meskipun industri MICE menunjukkan perkembangan positif dalam beberapa tahun terakhir, Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan struktural yang memengaruhi daya saing destinasi MICE di tingkat regional maupun global. Persaingan dengan negara-negara seperti Singapore, Thaildan, dan Malaysia menunjukkan bahwa keberhasilan industri MICE tidak hanya ditentukan oleh daya tarik destinasi wisata, tetapi juga kesiapan infrastruktur, tata kelola, dan kualitas pelayanan (Setyawan, 2018).

Alamsyah, (2024) menyatakan bahwa tantangan utama industri MICE di Indonesia dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa dimensi berikut.

VII.1. Ketimpangan Infrastruktur Antar Destinasi

Salah satu hambatan terbesar pengembangan MICE di Indonesia adalah ketimpangan infrastruktur antar wilayah. Aktivitas MICE masih terpusat pada beberapa kota besar seperti Jakarta, Bali, Bdanung, Yogyakarta dan Surabaya. Sementara itu, banyak daerah potensial lainnya masih mengalami keterbatasan fasilitas konvensi, aksesibilitas penerbangan, kapasitas hotel, sistem transportasi publik dan teknologi digital. Kondisi ini menyebabkan distribusi manfaat ekonomi industri MICE belum merata secara nasional (Prianta dan Pramesti, 2026).

Wardhani, Rudatin dan Syah, (2025) menyatakan bahwa penyelenggara event internasional cenderung memilih destinasi dengan kepastian infrastruktur dan konektivitas tinggi untuk meminimalkan risiko operasional.

VII.2. Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)

Industri MICE merupakan sektor jasa yang sangat bergantung pada kualitas sumber daya manusia profesional. Namun demikian, Indonesia masih menghadapi tantangan pada aspek kompetensi event management, bahasa asing, hospitality, digital event operation, project management dan negotiation skill. Kurangnya SDM profesional menyebabkan kualitas pelayanan event di beberapa destinasi belum optimal (Lailatussaadah, Hayati dan Husna, 2024).

Penelitian dalam sektor event management menunjukkan bahwa pengalaman peserta MICE sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan penyelenggara, termasuk aspek teknis, komunikasi, dan problem solving selama event berlangsung. Oleh sebab itu, penguatan pendidikan dan sertifikasi profesi MICE menjadi kebutuhan strategis dalam meningkatkan daya saing industri.

VII.3. Persaingan Destinasi Global

Persaingan industri MICE semakin ketat karena banyak negara mengembangkan strategi agresif untuk menarik event internasional. Sebagai contoh Singapore mengunggulkan efisiensi, teknologi, dan konektivitas global. Bangkok unggul pada biaya kompetitif dan fasilitas event. Dubai mengdanalkan infrastruktur premium dan diplomasi bisnis (Utomo, 2023). Dalam kondisi tersebut, Indonesia perlu memperkuat diferensiasi destinasi MICE melalui budaya lokal, pengalaman autentik, wisata pasca-event (bleisure tourism) dan keberlanjutan destinasi.

VII.4. Transformasi Digital Pascapdanemi

Pdanemi global telah mengubah perilaku peserta event dan penyelenggara MICE. Terdapat peningkatan ekspektasi terhadap, platform hybrid, sistem registrasi otomatis, teknologi interaktif, virtual networking dan data analytics (Alfidyah, 2025). Namun demikian, tidak semua destinasi di Indonesia memiliki kesiapan teknologi yang memadai untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital bukan lagi pilihan, melainkan kebutuhan strategis bagi industri MICE masa depan.

VII.5. Tuntutan Sustainability

Isu lingkungan menjadi perhatian utama dalam industri event global. Banyak organisasi internasional mulai mempertimbangkan jejak karbon event, pengelolaan limbah, penggunaan energi dan praktik keberlanjutan venue dalam memilih lokasi event (Syafganti et al., 2024). Jika Indonesia tidak mampu mengadaptasi konsep green MICE, maka daya saing terhadap destinasi global dapat menurun.

VIII. Strategi Pengembangan Destinasi Berbasis MICE

Pengembangan destinasi berbasis Meetings, Incentives, Conventions, dan Exhibitions (MICE) memerlukan pendekatan yang komprehensif dan multidimensional. Keberhasilan suatu destinasi dalam menarik dan mempertahankan pasar MICE tidak hanya ditentukan oleh keberadaan fasilitas fisik, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas tata kelola, sumber daya manusia, inovasi teknologi, serta kolaborasi antar pemangku kepentingan. Oleh karena itu, strategi pengembangan destinasi berbasis MICE perlu dilakukan secara terintegrasi dengan melibatkan pemerintah, pelaku industri, akademisi, dan masyarakat lokal (Khongrat, 2021).

Salah satu strategi utama yang perlu dilakukan adalah penguatan infrastruktur MICE. Infrastruktur merupakan faktor mendasar yang menentukan daya tarik suatu destinasi bagi penyelenggara kegiatan nasional maupun internasional. Pengembangan pusat konvensi modern, peningkatan aksesibilitas transportasi, penyediaan konektivitas digital yang memadai, peningkatan kapasitas akomodasi, serta penerapan teknologi cerdas (smart venue technology) menjadi prioritas utama dalam mendukung penyelenggaraan kegiatan MICE. Investasi pada infrastruktur memiliki pengaruh langsung terhadap kemampuan destinasi dalam menarik event berskala besar karena memberikan jaminan kenyamanan, efisiensi, dan kualitas pelayanan bagi peserta maupun penyelenggara kegiatan (Adiasih et al., 2025).

Selain infrastruktur, penguatan destination brdaning juga menjadi strategi yang sangat penting. Setiap destinasi perlu membangun identitas yang khas dan memiliki posisi yang jelas di pasar MICE global. Identitas tersebut dapat disesuaikan dengan karakteristik dan keunggulan yang

dimiliki masing-masing daerah. Sebagai contoh, Bali dikenal sebagai destinasi MICE berbasis kemewahan (luxury MICE destination), Jakarta sebagai pusat konvensi bisnis (business convention hub), dan Yogyakarta sebagai destinasi MICE berbasis budaya (cultural MICE destination). Strategi brdaning yang spesifik akan membantu meningkatkan citra dan daya saing destinasi sehingga lebih mudah dikenali dan dipilih oleh pasar internasional (Kim, E. G., Chhabra, D., dan Timothy, D. J., 2022).

Perkembangan tren pariwisata juga menunjukkan pentingnya integrasi antara kegiatan MICE dan bleisure tourism (business dan leisure tourism). Konsep ini memungkinkan peserta kegiatan bisnis untuk memperpanjang masa tinggal mereka dengan menikmati berbagai atraksi wisata yang tersedia di destinasi tujuan. Wisata budaya, kuliner, rekreasi, dan pengalaman lokal menjadi faktor yang dapat meningkatkan nilai tambah perjalanan peserta MICE. Integrasi konsep bleisure tourism tidak hanya memberikan pengalaman yang lebih berkesan bagi wisatawan, tetapi juga mampu meningkatkan pengeluaran wisatawan dan memperpanjang lama tinggal (length of stay), sehingga memberikan manfaat ekonomi yang lebih besar bagi destinasi (Anggraini, Iqbal dan Pratama, 2025).

Strategi berikutnya adalah penguatan kualitas sumber daya manusia (SDM) dalam industri MICE. Sebagai industri jasa yang sangat bergantung pada kualitas pelayanan, keberhasilan penyelenggaraan kegiatan MICE ditentukan oleh kompetensi tenaga kerja yang terlibat di dalamnya. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas SDM melalui pelatihan event management, sertifikasi profesi, pendidikan pariwisata berbasis MICE, serta kerja sama antara perguruan tinggi dan industri perlu terus ditingkatkan. Pendidikan yang berbasis praktik menjadi sangat penting agar lulusan memiliki kemampuan teknis dan manajerial yang sesuai dengan kebutuhan industri (Setiawati dan Gultom, 2025).

Implementasi konsep Green MICE juga menjadi strategi yang semakin relevan. Penerapan stdanar keberlanjutan dapat dilakukan melalui penggunaan sistem konferensi tanpa kertas (paperless conference), pengurangan penggunaan plastik sekali pakai, penerapan konsep green venue, pengelolaan limbah yang efektif, serta pelaksanaan program kompensasi karbon (carbon offset program). Selain memberikan manfaat bagi lingkungan, penerapan konsep keberlanjutan juga dapat meningkatkan reputasi destinasi di mata organisasi internasional yang semakin memperhatikan aspek tanggung jawab lingkungan dalam pemilihan lokasi penyelenggaraan event (Muliarthi, 2025).

Keberhasilan pengembangan destinasi berbasis MICE sangat bergantung pada penerapan collaborative governance atau tata kelola kolaboratif. Industri MICE melibatkan banyak pihak yang memiliki kepentingan dan peran yang berbeda, mulai dari pemerintah, penyelenggara acara (event organizer), hotel, maskapai penerbangan, akademisi, hingga komunitas lokal (Jumbella, 2017). Kolaborasi yang efektif antar pemangku kepentingan akan menciptakan sinergi dalam perencanaan, pengelolaan, promosi, dan evaluasi kegiatan MICE. Dengan adanya kerja sama yang kuat, destinasi akan lebih mampu beradaptasi terhadap perubahan pasar, meningkatkan kualitas layanan, serta menciptakan ekosistem MICE yang kompetitif dan berkelanjutan.

Dengan demikian, strategi pengembangan destinasi berbasis MICE harus dilaksanakan secara terintegrasi melalui penguatan infrastruktur, pembangunan citra destinasi, pengembangan produk bleisure tourism, peningkatan kualitas sumber daya manusia, penerapan prinsip keberlanjutan, dan tata kelola kolaboratif. Kombinasi dari berbagai strategi tersebut akan memperkuat daya saing destinasi sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Industri *Meetings, Incentives, Conventions, dan Exhibitions* (MICE) memiliki peran strategis dalam pengembangan destinasi pariwisata melalui berbagai dimensi ekonomi, sosial, spasial, dan kelembagaan. Berdasarkan hasil literature review, ditemukan bahwa industri MICE tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga menghasilkan efek ekonomi berantai (*multiplier effect*) yang signifikan terhadap sektor perhotelan, transportasi, kuliner, perdagangan, dan industri kreatif.

Selain dampak ekonomi, industri MICE juga berperan penting dalam memperkuat *destination brdaning* dan *city image*. Penyelenggaraan konferensi, pameran, maupun event internasional mampu meningkatkan visibilitas destinasi, memperluas jejaring bisnis global, serta memperkuat reputasi suatu wilayah sebagai pusat kegiatan profesional dan investasi.

Namun demikian, pengembangan industri MICE di indonesia masih menghadapi sejumlah tantangan, terutama pada aspek ketimpangan infrastruktur, kualitas sumber daya manusia, transformasi digital, persaingan global, dan tuntutan keberlanjutan lingkungan. Oleh sebab itu, pengembangan destinasi berbasis MICE memerlukan strategi kolaboratif yang mengintegrasikan pembangunan infrastruktur, penguatan branding destinasi, pengembangan SDM, digitalisasi event, serta implementasi konsep green MICE.

Dengan pendekatan yang tepat, industri MICE memiliki potensi besar menjadi instrumen strategis dalam meningkatkan daya saing destinasi pariwisata sekaligus mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

Adiasih, P. *et al.* (2025) ‘INOVASI VENUE DAN BUDAYA: PENDEKATAN HIBRIDA UNTUK PENGEMBANGAN MICE DAN PARIWISATA BERKELANJUTAN DI BALI’, pp. 1–12.

Alamsyah, R. (2024) *PELUANG DAN TANTANGAN PARIWISATA MICE INDONESIA TAHUN 2016-2023*.

Alananzeh, O. A. A. (2012) ‘THE ROLES AND IMPORTANCE OF PROMOTION TOOLS AND DESTINATION ATTRIBUTES OF MICE TOURISM O N JORDAN ’ S DESTINATION IMAGE FORMATION’.

Alfidyah, M. (2025) ‘Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Daya Tarik Destinasi Wisata di Era Pasca- Pandemi ”.’, *Jurnal Pariwisata dan Hospitality*, 1(1), pp. 8–14.

Aminah, S. (2004) ‘Transportasi Publik dan Aksesibilitas Masyarakat Perkotaan’.

Anas, M. S. *et al.* (2020) ‘Key success factors toward MICE industry: A systematic literature review’, (October 2019), pp. 188–221.

Anggraini, M., Iqbal, M. and Pratama, H. F. (2025) ‘ANALISIS PERAN DINAS PARIWISATA KOTA PALEMBANG DALAM PENGEMBANGAN WISATA MICE’, 8(2), pp. 200–208.

Antara, I. B. K. S. and Chandra, M. (2024) ‘STUDI NETNOGRAFI: PENGALAMAN PENGUNJUNG DAN ANALISIS SWOT DI BALI NUSA DUA CONVENTION CENTER’, Vol. 4 No., pp. 373–380.

Asmoro, Agung Yoga. Manajemen acara & MICE: Event management & meeting, incentive, conference, exhibition. Madza Media, 2025.

Blain, C., Levy, S. E. and Ritchie, J. R. B. (2005) ‘Destination Branding : Insights and Practices from Destination Management Organizations’, 43(MAY), pp. 328–338. doi: 10.1177/0047287505274646.

Chodor, Ben. Transitioning to virtual dan hybrid events: How to create, adapt, dan market an engaging online experience. John Wiley & Sons, 2020.

Claro, M.-F. C., Huguet, J. P. and Serrano, M. C. S. (2023) 'Tourism as a Soft Power Tool. The Role of Public Diplomacy in Japan's Country and Destination Branding', 11(2), pp. 66–80.

Cronjé, D. F. and Plessis, E. du (2020) 'A review on tourism destination competitiveness', *Journal of Hospitality and Tourism Management journal*, 45(June), pp. 256–265.

Dwyer, L. and Kim, C. (2003) 'Destination Competitiveness : Determinants and Indicators', 6(5).

Febrianur, Z. (2016) 'DAMPAK CITY BRANDING ENJOY JAKARTA & YOURSINGAPORE TERHADAP PERKEMBANGAN MICE', 4(4).

Gultom, L. K. (2025) 'Sustainable Practices in the MICE Industry : Strategies and Challenges for Green Meetings in Indonesia'. doi: 10.36256/ijtl.v6i1.508.

Jumbella, O. (2017) 'MICE Sector Stakeholder Collaboration: A Pathway Towards Sustainability and Resilience', 0002(August).

Khongrat, E. (2021) 'Destination Branding , Destination Image and Influenced by Destination Selection of Meeting Planners Existing Destination', 1(1), pp. 1–6. doi: 10.34013/jett.v1i1.613.

Kim, Eunhye Grace, Deepak Chhabra, dan Dallen J. Timothy. "Towards a creative MICE tourism destination brdaning model: integrating heritage tourism in New Orleans, USA." Sustainability 14.24 (2022): 16411.

Kusuma, C. S. D. (2019) 'MICE- MASA DEPAN BISNIS PARIWISATA INDONESIA', XVI(2), pp. 52–62.

Lailatussaadah, Hayati, S. and Husna, A. (2024) 'Event Manajemen dalam Kegiatan Intrakurikuler ; A Best Practices in Event Management', 02(01), pp. 64–80.

Lubis, M. R., Dalimunthe, F. I. and Gaol, J. L. (2022) 'ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH MEDAN INTERNATIONAL CONVENTION CENTER SEBAGAI LOKASI KEGIATAN MICE', 12(2), pp. 195–208.

Muliarthi, N. N. D. (2025) 'IMPLEMENTASI GREEN MEETING DALAM MENDUKUNG SUSTAINABLE EVENT MANAGEMENT DI COURTYARD BY MARRIOTT BALI NUSA DUA RESORT'.

Murdopo (2011) 'Potensi industri mice indonesia'.

Pratama, S. and Firmansyah, A. (2023) 'PENERAPAN KONSEP KEBERLANJUTAN PADA PELAKU INDUSTRI MICE (MEETING , INCENTIVES , CONFERENCE , & EXHIBITION) DI INDONESIA', 3(4), pp. 375–389.

Prianta, P. A. and Pramesti, D. S. (2026) 'Participation in the Development of MICE Tourism as a Destination Tourism Product in Lombok', 5(1), pp. 70–80.

Rianty, R. (2026) 'TUMPANG TINDIH KEWENANGAN DALAM TATA KELOLA PAMERAN PERDAGANGAN DAN INDUSTRI MICE DI INDONESIA : ANALISIS DISHARMONI REGULASI ANTARA SEKTOR PARIWISATA DAN PERDAGANGAN', 7(1), pp. 19–37.

Sanggarwati, D. A., Lestari, S. and Hayati, C. (2025) 'MEMBANGUN CITRA DESTINASI SURABAYA SEBAGAI MICE TOURISM CITY MELALUI PEMASARAN KOTA, EVENT WISATA DAN MEDIA SOSIAL', 09(04), pp. 1–18.

Setiawati, Y. and Gultom, L. K. (2025) 'DAMPAK SERTIFIKASI KOMPETENSI TERHADAP EFEKTIVITAS KERJA SDM MICE', 14, pp. 1648–1655. doi: 10.34127/jrlab.v14i2.1508.

Setyawan, H. (2018) 'Daya Saing Destinasi MICE di Indonesia', 2(1), pp. 26–32.

Simons, I. (2019) 'Events and online interaction : the construction of hybrid event communities', *Leisure Studies*, 38(2), pp. 145–159. doi: 10.1080/02614367.2018.1553994.

Supriadi, B. and Roedjinandani, N. (2024) 'PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN DESTINASI PARIWISATA'.

Syafganti, I. *et al.* (2024) 'PENGARUH PERTIMBANGAN SUSTAINABLE PRACTICES TERHADAP INTENSI PEMILIHAN VENUE DI KALANGAN PROFESSIONAL CONFERENCE ORGANIZER DAN PROFESSIONAL EVENT ORGANIZER', pp. 318–329.

Utomo, W. (2023) 'ANALISA DAYA SAING INDUSTRI PERTEMUAN (MICE) INDONESIA BERBASIS MODEL SEMBILAN FAKTOR CHO', 04(1), pp. 20–31.

Wardhani, A., Rudatin, C. L. and Rajoendah, M. I. K. (2023) 'PEMBERIAN FASILITAS KEIMIGRASIAN SEBAGAI FAKTOR PENDORONG KEBERHASILAN PENYELENGGARAAN EVENT WISATA BISNIS/MICE INTERNASIONAL', pp. 52–59.

Wardhani, A., Rudatin, C. L. and Syah, F. (2025) 'Prosedur Kepabeanan , Imigrasi dan Karantina dalam Mendukung Penyelenggaraan Event MICE / Event Internasional', 6, pp. 26–43.

Yakup, A. P. (2019) 'Pengaruh sektor pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi di indonesia'.

Yuniati, N. (2018) 'Profil dan Karakteristik Wisatawan Nusantara (studi kasus di Yogyakarta)', 03(2), pp. 175–190. doi: 10.26905/jpp.v3i2.2381.

Yuniati, N. (2023) 'Destination Attributes dan Implikasi Kebijakan Manajemen Daya Tarik MICE di Indonesia', 2(9), pp. 4321–4327.

Yustika, S., Ariawan, D. A. Y. and Sinaga, F. (2026) 'Pengembangan Pariwisata MICE dalam Meningkatkan Daya Saing Destinasi Wisata', 5(3), pp. 1761–1764.