

---

## ***Destination Attributes dan Implikasi Kebijakan Manajemen Daya Tarik MICE di Indonesia***

**Nining Yuniati**

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo (STIPRAM) Yogyakarta

E-mail: [niningyuniati@stipram.co.id](mailto:niningyuniati@stipram.co.id)

---

### **Article History:**

Received: 14 Juli 2023

Revised: 23 Juli 2023

Accepted: 25 Juli 2023

**Keywords:** *Destinasi, Venue, MICE*

**Abstract:** *This paper is a semi-systematic literature review because it combines several studies at once with a qualitative review. There are a number of previous studies that have found a number of attributes that are criteria in determining the best MICE destinations. However, every researcher has their own point of view, even though in absolute terms most of the opinions have almost the same major criteria. In Indonesia, a number of these studies were later adapted and rolled out in the form of policies whose purpose is to provide guidelines for regions throughout Indonesia so that they are able to develop their regions into good MICE destinations. There is no clear reference which is best, but in the case of Indonesia, the official regulations set by the government are very good to implement.*

---

### **PENDAHULUAN**

MICE adalah industri pertemuan yang di dalamnya mencakup berbagai event dan aktifitas mengumpulkan sekelompok orang, dikelola secara profesional untuk menghasilkan sejumlah nilai, manfaat, dan mencapai tujuan tertentu. Segmen MICE ini terdiri dari para eksekutif perusahaan, pejabat pemerintahan, para pelaku bisnis, anggota asosiasi, hingga mahasiswa di perguruan tinggi (Tiecheng et al., 2018). MICE berkembang karena tuntutan dinamika bisnis yang mengharuskan orang atau perusahaan terus dapat saling bertemu membicarakan berbagai isu, tren, permasalahan, dan pergerakan bisnis yang sangat cepat. MICE juga digerakan oleh kebutuhan akan pengembangan strategi bisnis yang dinamis dan inovatif. Hal ini kemudian menjadikan MICE sebagai bisnis primadona yang diincar banyak kalangan menjadi salah satu *profit center*.

Di Indonesia prosentasi segmen MICE sebenarnya relative kecil hanya sekitar 5,3% dari total jumlah wisatawan asing yang masuk ke Indonesia yang berjumlah sekitar 16 juta orang (Kemenpar, 2022). Namun demikian, hal yang perlu diketahui bahwa selain MICE memiliki segmen yang spesifik, kelompok ini memiliki *spending power* yang sangat besar mencapai enam kali lipat dari wisatawan pada umumnya (UNWTO, 2019). Pemerintah Indonesia sendiri menangkap peluang ini dengan mempersiapkan sejumlah daerah memiliki kesiapan secara infrastruktur untuk menjadi destinasi MICE. Meskipun persaingan bisnis MICE sangat ketat di ASEAN pemerintah berupaya menyiapkan 14 destinasi sebagai destinasi tujuan MICE (Medan, Padang, Batam, Jakarta, Solo, Yogyakarta, Surabaya, Bali, Makassar, Manado, Palembang, Mataram, Balikpapan, dan Bandung) (<https://mice.kemendikbud.go.id/>, 2021). Sejauh ini destinasi MICE yang diakui dunia untuk Indonesia hanya Bali saja, Jakarta yang sebelumnya juga masuk dalam daftar destinasi MICE unggulan di Indonesia telah delisting sejak 2018 (ICCA, 2020).

Sejalan dengan berkembangnya destinasi MICE yang terus digiatkan di Indonesia, adalah hal yang sangat penting untuk dilakukan yaitu mengenali kriteria daya tarik destinasi MICE. Pemerintah Indonesia sebenarnya telah memiliki regulasi berkaitan dengan penyelenggaraan destinasi MICE yaitu Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pedoman Destinasi Penyelenggaraan Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konvensi, dan Pameran. Dalam istilah yang populer destinasi penyelenggaraan pertemuan seringkali diasosiasikan dengan istilah ‘Venue’ sebuah istilah Bahasa Perancis yang artinya adalah tempat penyelenggaraan event yang terorganisir (Yuniati, 2020). Venue di Indonesia telah diatur dalam Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 2 Tahun 2017 tentang Pedoman Tempat Penyelenggaraan Kegiatan Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konvensi, dan Pameran.

Makalah ini berusaha untuk mengidentifikasi kriteria daya tarik destinasi MICE berdasarkan pengkajian ulang sejumlah literatur, regulasi khususnya Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 5 Tahun 2017. dan fakta empiris dari penelitian yang pernah dilakukan peneliti lain sebelumnya.



Gambar.1 Destinasi MICE Prioritas di Indonesia

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian dengan melakukan pengkajian ulang (*review*) atas berbagai studi dan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya. Penelitian yang dimaksud tentu saja adalah penelitian-penelitian yang relevan sesuai dengan objek penelitian yang dibahas. Dalam hal ini yang menjadi pokok bahasan adalah perihal kriteria *venue* atau destinasi event. Dalam hal ini metode penelitian untuk melakukan *review* sebagai metodologi terbagi ke dalam model *systematic review* untuk penelitian kuantitatif, *semi-systematic review* untuk penelitian kualitatif/kuantitatif dengan mengkaji hasil-hasil penelitian yang pernah ada, dan *integrative review* untuk tipe penelitian kualitatif dengan tujuan menghasilkan taksonomi dan model teoritis (Snyder, 2019). Tipe metode yang dipilih untuk penelitian ini adalah tipe semi *systematic* yaitu dengan menggali hasil-hasil penelitian yang pernah ada atau kebijakan terkait dengan kriteria *venue* atau kriteria destinasi event.

Langkah yang akan dilakukan dalam metode *systematic review* adalah (1) menentukan tujuan penelitian yang mengarah pada upaya melakukan menelusuri hasil-hasil penelitian yang pernah ada, (2) mengumpulkan artikel-artikel penelitian terkait, (3) melakukan *review*, (4) menuliskan hasil

review dalam bentuk tabel atau narasi yang sistematis, (5) mengimplementasikan hasil pada penelitian yang sedang dilakukan (Snyder, 2019). Hasil dari literatur *review* akan bermanfaat dalam menentukan kebijakan yang lebih komprehensif dan berimbang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri pertemuan atau MICE menjadi salah satu bagian dari 13 bisnis pariwisata yang telah resmi diakui di Indonesia sesuai dengan Undang-Undang No 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisata. Pengakuan ini menjadikan MICE memiliki prioritas untuk dikembangkan di Indonesia namun demikian perlu ditelusuri kriteria-kriteria yang mendasari sebuah destinasi layak menjadi destinasi MICE.

**Tabel 1. Tinjauan Penelitian yang terkait**

Peneliti dan Tahun	Temuan Atribut Destinasi MICE
Oppermann (1996)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fasilitas Ruang Pertemuan</li> <li>2. Kualitas Pelayanan Hotel</li> <li>3. Ketersediaan Kamar Hotel</li> <li>4. Kebersihan</li> <li>5. Keamanan dan Keselamatan</li> <li>6. Kemudahan Akses Pesawat</li> <li>7. Biaya Makanan dan Akomodasi</li> <li>8. Keterjangkauan Harga Secara Umum</li> <li>9. Citra Destinasi</li> <li>10. Biaya Transportasi</li> <li>11. Fasilitas Restoran</li> <li>12. Fasilitas Pameran</li> <li>13. Pemandangan dan Peluang Jalan-Jalan</li> <li>14. Iklim</li> <li>15. Kehidupan Malam</li> <li>16. Lain-Lain</li> </ol>
Nadkarni and Wai (2007)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fasilitas MICE dan Akomodasi</li> <li>2. Harga dan Keterjangkauan Harga</li> <li>3. Aktifitas Wisata dan Hiburan</li> <li>4. Pelayanan dan Profesionalisme</li> <li>5. Infrastruktur dan aksesibilitas</li> <li>6. Keramahan dalam bisnis dan pencitraan</li> <li>7. Dukungan dari Pemerintah</li> </ol>
Borghans et al. (2010)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Destinasi (infrastruktur pertemuan/MICE, akomodasi, tempat hiburan, daya tarik budaya dan daya tarik wisata lainnya)</li> <li>2. Iklim dan cuaca yang kondusif</li> <li>3. Fasilitas pelayanan wisata termasuk makanan dan minuman.</li> <li>4. Transportasi yang memadai dan mudah</li> <li>5. Keamanan</li> <li>6. Kedamaian</li> <li>7. Kesehatan (higinitas dan kebersihan)</li> <li>8. Memiliki kemampuan dalam pelayanan Bahasa kepada segenap delegasi</li> </ol>
Crouch and Ritchie (2013)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aksesibilitas (Biaya, waktu, frekuensi, kemudahan, regulasi)</li> <li>2. Dukungan setempat (asosiasi, biro konvensi, subsidi)</li> <li>3. Kesempatan ekstra selama konferensi (hiburan, belanja, jalan-jalan, rekreasi, dan peluang bisnis)</li> <li>4. Akomodasi (kapasitas, biaya, pelayanan, keamanan, keselamatan, dan ketersediaan)</li> <li>5. Fasilitas pertemuan (tata letak, biaya, suasana, pelayanan, keamanan, ketersediaan)</li> <li>6. Informasi (pengalaman, reputasi, pemasaran)</li> </ol>

Peneliti dan Tahun	Temuan Atribut Destinasi MICE
	7. Lingkungan lokasi pertemuan (iklim, setting, infrastruktur, keramahtamahan) 8. Kriteria lainnya (resiko, profitabilitas, promosi, dan keunikan)
Heri Setyawan et al. (2013)	1. Aksesibilitas (Bandara internasional, biaya, jadwal penerbangan, frekuensi penerbangan, kenyamanan transit, pelayanan kepabeanan, pelayanan imigrasi dan karantina, konektifitas bandara) 2. Dukungan stakeholder lokal (asosiasi profesi dan industry; Destination Marketing Organization, pemerintah daerah) 3. Daya Tarik Wisata (Atraksi, pusat belanja, restoran, tempat hiburan, pemandangan alan, rekreasi, dan peluang bisnis) 4. Fasilitas akomodasi (variasi, kapasitas, harga, kualitas pelayanan, keamanan, dan ketersediaan) 5. Fasilitas pertemuan (variasi, kapasitas, tata letak, suasana, pelayanan, keamanan, ketersediaan) 6. Fasilitas pameran (varasi, kapasitas, tata letak, suasana, pelayanan, keamanan, ketersediaan) 7. Citra Destinasi (pengalaman, reputasi, keamanan, kondisi sosial politik ekonomi, kebersihan, resiko, pemasaran destinasi) 8. Keadaan lingkungan (infrastruktur, kepolisian, rumah sakit, penukaran uang, bank, kantor pos, transportasi umum, keramahtamahan, budaya lokal, dan biaya hidup) 9. Profesionalitas SDM (PCO/PEO/EO, travel agent, freight forwarder, kontraktor MICE, pemandu wisata, jasa boga seni dan budaya, jasa percetakan, jasa otoritas bandara, Lembaga Pendidikan MICE, maskapai)
Kang et al. (2015)	1. Aksesibilitas (Bandara, Waktu dan Usaha yang dilakukan untuk menuju destinasi) 2. Atraksi (Belanja, Kehidupan Malam, Hiburan, Budaya dan Sejarah, daya tarik wisata lainnya) 3. Biaya (Akomodasi, Transportasi, Makan dan Minum) 4. Lingkungan (Iklim, Sosial, Stabilitas Politik) 5. Fasilitas (Pertemuan, Pameran, Akomodasi, Rekreasi, dan Restaurant) 6. Informasi (Informasi Destinasi dan Reputasi sebagai Penyelenggaraan Event khususnya penilaian profesional, dan kegiatan promosinya) 7. Keselamatan dan Keamahan (tingkat higinitas dan iklim) 8. Pelayanan (Efisiensi, Kualitas Pelayanan, Keramahtamahan)

### Tinjauan Kebijakan yang terkait di Indonesia

Sesuai dengan peraturan Menteri Pariwisata No 5 Tahun 2017 tentang penyelenggaraan kegiatan MICE bahwa untuk kasus di Indonesia setidaknya sebuah destinasi harus memiliki persyaratan sebagai berikut :

#### 1. Sumberdaya Manusia yang memiliki kompetensi di bidang MICE

Persyaratan ini memuat keberadaan para penyelenggara MICE seperti PCO (professional conference Organizer), PEO (Profesional Exhibition Organizer), DMC (Destination Management Company), dan EO (Event Organizer) serta Lembaga lain yang terkait seperti Perguruan Tinggi, Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) MICE, usaha perjalanan wisata (travel agent), penyedia jasa transportasi, penyedia jasa logistic (freight forwarder), perusahaan pemasok MICE (Vendor), pemandu wisata, jasa percetakan, jasa catering, jasa kontraktor pameran, penyedia talent seni budaya dan hiburan, jasa otoritas bandara, maskapai,

#### 2. Dukungan stakeholders

Yaitu merupakan dukungan dari para pelaku usaha terkait seperti pemerintah daerah, asosiasi profesi dan industry yang dapat menjadi representative destinasi yang bersangkutan.

Selain mengenai syarat dalam pengelolaan sebuah destinasi MICE terkait dengan SDM dan dukungan stakeholders, peraturan ini juga memuat persyaratan bagaimana ketentuan sebuah

---

destinasi MICE sehingga layak memenuhi kriteria sebagai destinasi MICE, yaitu :

1. Aksesibilitas, yaitu bagaimana sebuah destinasi mudah dijangkau oleh para calon delegasi. Mencakup dalam persyaratan aksesibilitas adalah ketersediaan dan frekuensi moda, intensitas akses menuju lokasi, harga yang harus dibayar delegasi untuk mencapai lokasi, jarak dari pintu masuk delegasi (entry point) menuju lokasi event, waktu dan jarak, serta ketersediaan dengan kriteria yang sama saat tamu akan kembali ke daerah asalnya atau menuju destinasi lain. Disebutkan di dalam peraturan bahwa aspek ini mencakup :
  - a. Bandara internasional
  - b. Biaya penerbangan
  - c. Jadwal penerbangan
  - d. Frekuensi penerbangan
  - e. Kenyamanan transit
  - f. Pelayanan kepabeanan
  - g. Pelayanan imigrasi
  - h. Konektivitas bandara
2. Atraksi (Daya tarik), yaitu mencakup fasilitas pertemuan, fasilitas pameran, akomodasi, dan segala hal yang memungkinkan para calon delegasi MICE menikmati aktifitas kesenangan (leisure) selain aktifitas utama mereka. Bentuk aktifitas leisure ini diantaranya adalah keberadaan daya tarik wisata di sekitar lokasi, aktifitas berbelanja, aktifitas kuliner, atau lainnya karena pada umumnya delegasi datang tidak sendiri ditemani oleh kerabat atau anggota keluarganya. Disebutkan di dalam peraturan termasuk dalam persyaratan ini adalah :
  - a. Variasi venue meeting/exhibition
  - b. Kapasitas venue meeting/exhibition
  - c. Tata letak venue meeting/exhibition
  - d. Suasana venue meeting/exhibition
  - e. Pelayanan venue meeting/exhibition
  - f. Keamanan venue meeting/exhibition
  - g. Variasi akomodasi
  - h. Kapasitas akomodasi
  - i. Harga akomodasi
  - j. Kualitas pelayanan akomodasi
  - k. Keamanan akomodasi
  - l. Pusat perlanjaan
  - m. Restoran
  - n. Tempat hiburan
  - o. Daya tarik wisata alam, buatan, dan budaya
  - p. Rekreasi
3. Amenitas, yaitu segala fasilitas yang mendukung dan memberikan kemudahan bagi delegasi selama mengikuti kegiatan MICE di destinasi. Termasuk dalam aspek ini adalah :
  - a. Infrastruktur
  - b. Kepolisian
  - c. Pusat informasi pariwisata (TIC)
  - d. Rumah sakit
  - e. Fasilitas penukaran uang
  - f. Perbankan
  - g. Sistem informasi pendukung MICE

- h. Layanan pengiriman barang lokal maupun internasional
- i. Transportasi lokal
- j. Keramahtamahan masyarakat
- k. Kebudayaan setempat
- l. Standar harga
- m. Citra keamanan destinasi
- n. Pengalaman destinasi sebagai penyelenggara MICE
- o. Reputasi destinasi sebagai destinasi MICE
- p. Sosial politik
- q. Ekonomi
- r. Kebersihan
- s. Resiko-resiko
- t. Pemasaran destinasi

Berdasarkan kedua tinjauan di atas baik yang dihasilkan pada penelitian-penelitian sebelumnya yang telah ada, maupun berdasarkan kebijakan yang telah diberlakukan di Indonesia kriteria dalam pengelolaan destinasi MICE sehingga layak menjadi tempat penyelenggaraan MICE memiliki kriteria yang kurang lebih sama. Secara garis besar apa yang ditetapkan oleh Indonesia terkait dengan kebijakan MICE telah mengadopsi sejumlah penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya. Walaupun tidak semua kota/daerah di Indonesia memiliki kriteria yang lengkap sebagai tujuan MICE setidaknya beberapa kota sudah cukup memadai menjadi destinasi MICE. Seperti halnya Jakarta dan Bali. Kedua kota ini pernah terdaftar dalam peringkat destinasi MICE kelas dunia yang dirilis oleh International Congress and Convention Association (ICCA) tahun 2018, walaupun sejak 2019 hanya Bali yang kemudian masih diakui sementara itu, Jakarta telah delisting pada tahun tersebut (ICCA, 2020).

Diantara pendapat tentang kriteria atau atribut yang melekat pada sebuah destinasi MICE, sebenarnya tidak ada keharusan mengacu pada pendapat manapun, akan tetapi peraturan yang telah dibuat pemerintah tentu harus menjadi acuan prioritas bagi daerah apabila hendak mengembangkan wilayahnya menjadi tujuan MICE. Sejumlah kriteria yang ditemukan para peneliti sebelumnya juga memberikan informasi-informasi tambahan yang dapat melengkapi apa yang sudah ditetapkan dalam peraturan pemerintah.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan review di atas dapat disimpulkan bahwa ada cukup banyak persyaratan bagi sebuah destinasi untuk dapat dikatakan sebagai destinasi MICE. Secara garis besar sebagaimana disebutkan dalam Peraturan Menteri Pariwisata No 5 Tahun 2017 bahwa 1) Sumberdaya Manusia yang mumpuni di bidang MICE termasuk dukungan para stakeholders di dalamnya, 2) Aksesibilitas, 3) Daya tarik /atraksi, dan 4) Amenitas menjadi syarat mutlak pengelolaan destinasi khususnya di Indonesia. Atribut-atribut yang melekat pada sebuah destinasi sebagaimana telah disebutkan dalam tinjauan di atas adalah elemen-elemen yang sangat perlu dipertimbangkan bagi segenap pihak khususnya pemerintah daerah yang ingin menempatkan dirinya sebagai destinasi MICE.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Borghans, L., Romans, M., & Sauermann, J. (2010). What makes a good conference? Analysing the preferences of labour economists. *Labour Economics*, 17(5), 868–874. <https://doi.org/10.1016/j.labeco.2010.04.009>

- 
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (2013). Convention Site Selection Research. *Journal of Convention & Exhibition Management*, 1(1), 49-69. [https://doi.org/10.1300/J143v01n01\\_05](https://doi.org/10.1300/J143v01n01_05)
- Heri Setyawan, Djuni Akbar, & Rudatin, C. L. (2013). Pengembangan Destinasi Mice Di Jakarta dan Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 37-44.
- Kang, M.-H., Suh, S.-J., & Jo, D. (2015). The Competitiveness of International Meeting Destinations in Asia. *Journal of Convention & Event Tourism*, 7(2), 57-85. [https://doi.org/10.1300/J452v07n02\\_04](https://doi.org/10.1300/J452v07n02_04)
- Kemenpar. (2022). *Wisatawan Mancanegara Dalam Angka International Visitor In Numbers* Kementerian Pariwisata RI. <https://api2.kemendikbud.go.id/storage/app/uploads/public/63e/d97/ee0/63ed97ee0d725322003931.pdf>
- Nadkarni, S., & Wai, A. L. M. (2007). Macao's MICE dreams: Opportunities and challenges. *International Journal of Event Management Research*, 3(2).
- Oppermann, M. (1996). Convention destination images: analysis of association meeting planners' perceptions. *Tourism Management*, 13(3), 175-182. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(96\)00004-0](https://doi.org/10.1016/0261-5177(96)00004-0)
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104(4). <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Tiecheng, L., Li, L., & Namei, W. (2018). An Empirical Study of the Economic Impact of the MICE Industry in China Using Interregional Input-output Models. *American Journal of Management Science and Engineering*, 3(5), 44-52. <https://doi.org/10.11648/j.ajmse.20180305.12>
- UNWTO. (2019). *Global Report on the Meetings Industry*. [https://www.themeetingsindustry.org/storage/industry\\_news/14.3\\_UNWTO\\_Global+Report+on+Mtgs+Industry](https://www.themeetingsindustry.org/storage/industry_news/14.3_UNWTO_Global+Report+on+Mtgs+Industry)
- Yuniati, N. (2020). *MICE Sebuah Pengantar*. Sentra Edukasi Media.
- ICCA. (2020). *ICCA Statistics Report Country & City Rankings – Public Abstract* [www.icca.org](http://www.icca.org)
- <https://mice.kemendikbud.go.id/>. (2021). *MICE Platform*. Retrieved July, 13 2023 from