

VOLUME 21, NO. 02, MEI 2022

# Analisis

<https://asmistmaria.ac.id/wp/jurnal-analisis/>

## JURNAL BISNIS dan AKUNTANSI

**Ketepatan Pengambilan Keputusan  
dalam Penerapan Strategi Bertahan  
Studi Kasus pada UMKM Melati PHIA dan Bakery  
Kabupaten Aimas Sorong Papua Barat**  
*Endang Raino Wirjono, Cindy Nayoan Angela,  
& Agus Budi Rahardjono*

**Pengaruh Kepercayaan Merek, Nilai yang Dirasakan  
terhadap Preferensi Merek, dan Niat Beli Ulang  
Studi pada Konsumen Produk Kecantikan Somethinc**  
*Angelina Synthiadevi dan C. Jarot Priyogutomo*

**Promoting Students' Higher Order Thinking Skills  
through Flipped Classroom**  
*Kristina Wasiyati*

**Pengaruh Karakteristik *Chief Executive Officer* terhadap Manajemen Laba Riil  
pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia  
Periode 2015-2019**  
*Fabiola Ivana Via Arisa & I. Gede Siswantaya*

**Penentu Utang pada Perusahaan LQ45  
di Bursa Efek Indonesia**  
*Indri Erkaningrum F.*

**Tingkat Kesehatan *Credit Union* Ditinjau dari NPL dan LDR  
Studi Kasus pada *Credit Union* Kerja Bermakna Berkarya**  
*M.A. Susi Hermawanti*

**Tanggapan Mahasiswa terhadap Pembelajaran Daring  
pada Mata Kuliah Akuntansi di Era Pandemi Covid 19  
Studi Kasus ASMI Santa Maria Yogyakarta**  
*Benedicta Budiningsih*

**Akselerasi Industri MICE di Indonesia**  
*Ch. Kurnia Dyah Marhaeni*

ISSN 1978-9750

PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
ASMI SANTA MARIA YOGYAKARTA

# Analisis

## JURNAL BISNIS dan AKUNTANSI

### Dewan Redaksi

**Pelindung** : Drs. Y. Suraja, M.Si., M.M.  
**Pemimpin Redaksi** : Drs. G. Jarot Windarto, M.M.  
**Redaktur Pelaksana** : Dra. M.A. Susi Hermawanti, M.M.  
**Dewan Redaksi** : B. Budiningsih, S.Pd., M.M.  
Petrus Sutono, S.E., M.M., M.Ti.  
Indri Erkaningrum F., SE., M.Si.  
Ignasius Triyana, SIP., M.M.

**Mitra Bestari** : Dr. R. Kunjana Rahardi, M.Hum.

**Administrasi & Sirkulasi** : Agustinus Iryanto, S.Kom

### Alamat Redaksi

**Kantor** : Program Studi Manajemen  
ASMI Santa Maria  
Jalan Bener 14, Tegalrejo, Yogyakarta

**Telepon** : (0274) 585836

**Faksimile** : (0274) 585841

**Rekening Bank** : Bank Niaga Cabang Sudirman  
Nomor Rekening 018-01-13752-00-3  
a.n. ASMI Santa Maria Yogyakarta

**Berlangganan** : Langsung menghubungi Alamat Redaksi  
u.p. Bagian Administrasi dan Sirkulasi

Jurnal Bisnis dan Akuntansi "Analisis" diterbitkan oleh Program Studi Manajemen ASMI Santa Maria Yogyakarta, dimaksudkan untuk mempublikasikan hasil penelitian empiris terhadap praktik dan proses bisnis kontemporer. Jurnal ini terbit dua kali setahun pada bulan November dan Mei. Redaksi menerima naskah artikel ilmiah hasil penelitian dalam wilayah bisnis dan akuntansi dari para pakar, peneliti, alumni, dan sivitas akademika perguruan tinggi.

# Analisis

## JURNAL BISNIS dan AKUNTANSI

### DAFTAR ISI

<b>Ketepatan Pengambilan Keputusan dalam Penerapan Strategi Bertahan Studi Kasus pada UMKM Melati PHIA dan Bakery Kabupaten Aimas Sorong Papua Barat</b> <i>Endang Raino Wirjono, Cindy Nayoan Angela, Agus Budi Rahardjono</i> .....	1
<b>Pengaruh Kepercayaan Merek, Nilai yang Dirasakan terhadap Preferensi Merek, dan Niat Beli Ulang Studi pada Konsumen Produk Kecantikan Somethinc</b> <i>Angelina Synthiadevi &amp; C. Jarot Priyogutomo</i> .....	15
<b>Promoting Students' Higher Order Thinking Skills through Flipped Classroom</b> <i>Kristina Wasiyati</i> .....	26
<b>Pengaruh Karakteristik <i>Chief Executive Officer</i> terhadap Manajemen Laba Riil pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019</b> <i>Fabiola Ivana Via Arisa &amp; I. Gede Siswantaya</i> .....	36
<b>Penentu Utang pada Perusahaan LQ45 di Bursa Efek Indonesia</b> <i>Indri Erkaningrum F.</i> .....	61
<b>Tingkat Kesehatan <i>Credit Union</i> Ditinjau dari NPL dan LDR Studi Kasus pada <i>Credit Union</i> Kerja Bermakna Berkarya</b> <i>M.A. Susi Hermawanti</i> .....	76
<b>Tanggapan Mahasiswa terhadap Pembelajaran Daring pada Mata Kuliah Akuntansi di Era Pandemi Covid 19 Studi Kasus ASMI Santa Maria Yogyakarta</b> <i>Benedicta Budiningsih</i> .....	85
<b>Akselerasi Industri MICE di Indonesia</b> <i>Ch. Kurnia Dyah Marhaeni</i> .....	104

## AKSELERASI INDUSTRI MICE DI INDONESIA

Ch. Kurnia Dyah Marhaeni

### Abstract

*The rapid changes which occur in the Meeting, Incentive Tour, Conference, and Exhibition (MICE) industry in Indonesia can be seen from several factors, including the MICE's history in Indonesia, the supporting regulations, and the impacts and opportunities of the MICE Industry as well. The success of holding international congresses and conferences in Indonesia since the period of struggle and the beginning of independence, the impact of the MICE industry as an economic driver, and opportunities in the form of human resources and natural resources have made the government pay attention to the development of the MICE industry in Indonesia.*

**Keywords:** *acceleration, regulation, MICE*

### A. Pendahuluan

Saat ini MICE merupakan salah satu bentuk industri kreatif yang sedang berkembang di berbagai negara. Industri MICE di Indonesia berkembang cukup pesat. Hal ini sejalan dengan pertumbuhan ekonomi yang melahirkan masyarakat baru. Masyarakat baru Indonesia saat ini sebagian besar merupakan generasi Z dan generasi milenial. Generasi Z adalah mereka yang lahir 1997-2012 dan Generasi Milenial lahir 1981-1996. Berdasarkan hasil Sensus Penduduk 2020, diketahui jumlah penduduk Indonesia sebanyak 27,94 % (74,93 juta jiwa) adalah generasi Z dan sejumlah 25,87 % (69,38 juta jiwa) adalah generasi milenial (<https://www.kompas.com/stori/read/2021/05/19>). Jika dijumlah generasi Z dan generasi milenial sebesar 50,81% dengan kata lain sebagian besar penduduk Indonesia adalah para generasi muda. Para generasi muda inilah yang mulai memadukan aktifitas bisnis dengan rekreasi, sehingga industri MICE di Indonesia berkembang dengan pesat. Bagi industri MICE, momentum ini akan menjadi titik penting dalam sejarah yang ditentukan hari ini apakah akan mampu mewujudkan dominasi MICE Indonesia secara global, karena bangsa yang produktif akan mendorong kuat

perekonomian, dan perekonomian yang kuat akan berdampak positif bagi MICE. Namun begitu, tantangan bukan hanya memperbesar *market share* MICE, tapi juga bagaimana sumber daya manusia MICE menjadi pemain-pemain global yang tangguh. (Abdullah, Iqbal Alan, <https://venuemagz.com/feature/mice-indonesia-2020>)

MICE merupakan akronim dari *Meeting, Incentive, Conference, dan Exhibition*, atau dalam dalam Bahasa Indonesia berarti Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konferensi, dan Pameran. Kesrul (2004:3) menjelaskan MICE sebagai suatu kegiatan kepariwisataan yang aktifitasnya merupakan perpaduan antara *leisure* dan *business*, biasanya melibatkan sekelompok orang secara bersama-sama, rangkaian kegiatannya dalam bentuk meetings, incentive travels, conventions, congresses, conference dan exhibition. Industri MICE lebih dikenal sebagai bagian dari kegiatan pariwisata, sedangkan dari sudut pandang Public Relations, MICE merupakan *tools Public Relations*. Secara umum kegiatan MICE akan berkaitan dengan usaha bidang lain, seperti transportasi, akomodasi, hiburan, perjalanan pra dan pasca kegiatan, sehingga kegiatan MICE akan terkait dengan banyak kegiatan yang berfungsi sebagai pendukung keberhasilan MICE.

Akselerasi atau perubahan secara cepat yang terjadi pada industri *Meeting, Incentive Tour, Conference, dan Exhibition* (MICE) di Indonesia, dapat dilihat dari beberapa faktor, diantaranya sejarah MICE di Indonesia, regulasi yang mengatur dan mendukung perkembangan industri MICE, dampak dan peluang Industri MICE.

## B. Pembahasan

### 1. Pengertian dan Sejarah MICE

MICE adalah akronim bahasa Inggris yang berasal dari kata "*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*" atau dalam Bahasa Indonesia bermakna Pertemuan, Insentif, Konvensi, dan Pameran. Pendit (1999:25) mengartikan MICE sebagai wisata konvensi, dengan batasan : usaha jasa konvensi, perjalanan insentif, dan pameran merupakan usaha dengan kegiatan memberi jasa pelayanan bagi suatu pertemuan kelompok orang (negarawan, usahawan, cendekiawan dan sebagainya) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama. Sedangkan menurut Kesrul (2004:3), MICE sebagai suatu kegiatan kepariwisataan yang aktifitasnya merupakan perpaduan antara leisure dan business, biasanya melibatkan sekelompok orang secara bersama-sama, rangkaian kegiatannya dalam bentuk *meetings, incentive travels, conventions, congresses, conference* dan *exhibition*.

*Meeting* merupakan suatu kegiatan yang termasuk di dalam MICE. Meeting adalah suatu pertemuan atau persidangan yang diselenggarakan oleh kelompok orang yang tergabung dalam asosiasi, perkumpulan atau perserikatan dengan tujuan mengembangkan profesionalisme, peningkatan sumber daya manusia, menggalang kerja sama anggota dan pengurus, menyebar luaskan informasi terbaru, publikasi, hubungan kemasyarakatan. Menurut Kesrul (2004:3), "*Meeting* adalah suatu kegiatan kepariwisataan yang aktifitasnya merupakan perpaduan antara leisure dan

business, biasanya melibatkan orang secara bersama-sama".

*Meeting* di Indonesia pada mulanya dikenal sebagai rapat atau pertemuan yang diselenggarakan oleh masyarakat atau dilingkungan tempat kerja, seperti misalnya pertemuan atau rapat kepanitiaan HUT Kemerdekaan, atau rapat kerja yang biasa diselenggarakan di kantor-kantor. Pertemuan-pertemuan tersebut dilaksanakan secara gotong royong oleh seluruh anggota. Namun dalam perkembangannya berbagai macam kegiatan pertemuan tidak dapat dikerjakan secara gotong royong karena membutuhkan persiapan yang matang, maka kegiatan tersebut dikelola secara profesional.

Kegiatan insentif semula dikenal sebagai kegiatan tamasya yang diselenggarakan oleh perusahaan untuk para karyawan atau karyawan beserta keluarga sebagai bentuk penghargaan dan sarana mempererat hubungan antar karyawan. Kegiatan ini pada mulanya juga dipersiapkan oleh karyawan untuk karyawan. Dalam perkembangannya kegiatan insentif diselenggarakan menggunakan perusahaan penyelenggara *event professional* karena berbagai alasan diantaranya ketidakmampuan para karyawan dalam mengelola kegiatan tersebut karena keterbatasan dalam banyak hal.

Dalam Undang-undang No.9 tahun 1990, dijelaskan bahwa insentif adalah 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.

Konferensi (*Conference*) dalam prakteknya seringkali disamakan dengan kegiatan pertemuan (*meeting*), namun ada juga yang memberikan arti konferensi sebagai suatu pertemuan yang lebih besar sehingga banyak aturan yang harus dipersiapkan. Seperti dikemukakan oleh



Kesrul, (2004 :7), *Conference* atau konferensi adalah suatu pertemuan yang diselenggarakan terutama mengenai bentuk-bentuk tata krama, adat atau kebiasaan yang berdasarkan mufakat umum, dua perjanjian antara negara-negara para penguasa pemerintahan atau perjanjian internasional mengenai topik tawanan perang dan sebagainya. Berdasarkan pengertian di atas menunjukkan bahwa kegiatan konferensi merupakan pertemuan dengan berbagai macam aturan dan tata krama karena konferensi biasanya berskala besar dan melibatkan beberapa negara peserta

*Exhibition*, atau pameran, adalah ajang pertemuan yang dihadiri secara bersama-sama yang diadakan di suatu ruang pertemuan atau ruang pameran hotel, dimana sekelompok produsen atau pembeli lainnya dalam suatu pameran dengan segmentasi pasar yang berbeda (Kesrul, 2004:16). Saat ini, pameran diselenggarakan dengan berbagai bentuk, dengan berbagai ukuran dan dengan berbagai lokasi.

MICE di Indonesia dalam berbagai literatur disebutkan memiliki sejarah panjang. Masa perjuangan kemerdekaan, Indonesia beberapa kali menyelenggarakan konferensi dan kongres. *Kongres Pemuda I* dilaksanakan 30 April 1926 dan *Kongres Pemuda II*, diselenggarakan 27-28 Oktober 1928. Awal kemerdekaan, Indonesia menjadi tuan rumah untuk kegiatan- kegiatan internasional. Mulai dari Konferensi Meja Bundar (1949), Konferensi Asia Afrika (KAA) di Bandung (1955) Konferensi Tingkat Tinggi ASEAN (1976), dan lain sebagainya. Beberapa konferensi dan kongres yang telah terlaksana tersebut menunjukkan kemampuan Indonesia dalam mengelola *event event* bertaraf internasional di awal kemerdekaan.

Prayudi, M.Agus. (2011: 18-22) mengemukakan salah satu tonggak awal perkembangan MICE di Indonesia adalah terselenggaranya PATA *Travel fair and Global Climate Change* pada tahun 2010.

Sepanjang tahun 2013 beberapa *event* internasional berhasil diselenggarakan di Indonesia. Salah satu event MICE besar yang berhasil dilaksanakan di Indonesia adalah berhasil terselenggaranya KTT *Asia Pasific Economic Cooperation* (APEC) dan Kontes Miss World di Indonesia keduanya diselenggarakan di Bali pada tahun 2013. Selain KTT APEC dan Miss World pada bulan Oktober 2013, bulan November Indonesia juga berhasil menyelenggarakan KTT World Trade Organization yang juga diselenggarakan di Bali (Indrajaya, Titus. 2015: 80-85).

Beberapa event kongres dan konferensi internasional yang berhasil diselenggarakan di Indonesia tersebut, didukung oleh industri MICE yang mulai berkembang pesat sejak tahun 1991. Sekitar tahun 1991 mulai banyak berdiri jasa penyelenggara *event* seperti *Professional Conference Organizer* (PCO), *Professional Exhibition Organizer* (PEO) dan *Event Organizer* (EO).

Ketiga jasa penyelenggara event tersebut memiliki kekhususan masing-masing. *Professional Conference Organizer* (PCO) merupakan suatu badan hukum, perorangan, sekelompok yang diberi tugas untuk mensukseskan perencanaan, promosi, persiapan, penyelenggaraan, penilaian, dan pertanggungjawaban/penyelesaian suatu konvensi secara profesional. Sedangkan *Professional Exhibition Organizer* (PEO) adalah badan usaha yang bertugas merencanakan, mempersiapkan dan melaksanakan penyelenggaraan suatu pameran secara profesional.

Jasa penyelenggara event berikutnya adalah *Event Organizer* (EO). *Event Organizer* adalah penyedia jasa profesional dalam penyelenggara berbagai acara formal maupun non-formal. Selain *Event Organizer*, jasa penyelenggara event lainnya adalah *party planner*. *Party planner* lebih fokus menyelenggarakan pesta dalam skala kecil (*private party*) dan *wedding organizer* (WO), penyedia jasa profesional dalam penyelenggara pesta

pernikahan. Sebagai gambaran berikut adalah daftar beberapa perusahaan penyelenggara Event di Indonesia.

**Tabel 1. Perusahaan Penyelenggara Event**

No	Jasa Penyelenggara Event	Nama Perusahaan
1	Professional Conference Organizer (PCO)	Pacto Convex Panorama Convex PT. ROYALINDO EXPODUTA PT Fasen Creative Quality (Quad Event Management), PT Visicita Imaji Semesta (Visicomm), PT Dyandra Communication (Dyacomm), PT Dyandra Konvensi Internasional (Dyandra Convex)
2	Event Organizer (EO)	Groovy event Organizer Bids eo event Organizer Akusara Productions Doutzen Party Planner Dream Flavors Celebartions
3	Professional Exhibition Organizer (PEO)	PT Dyandra Promosindo PT Dyamall Graha Utama (DGU) PT Samudra Dyan Praga PT Nusa Dua Indonesia (NDI)

Diolah dari berbagai sumber

## 2. Regulasi terkait Industri MICE

Pemerintah memiliki andil yang besar dalam perkembangan industri MICE di Indonesia. Melalui regulasi-regulasi yang ditetapkan, pemerintah menunjukkan dukungan terhadap industri MICE di Indonesia. Pada tahun 1991 melalui Keputusan Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi No.KM 108/HM.703/MPPT-91 memutuskan beberapa hal diantaranya memberikan pengertian MICE, kegiatan usaha dalam industri MICE, masalah perijinan dan sanksi. Berdasarkan Keputusan Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi tersebut dapat diketahui bahwa sudah diatur masalah kegiatan dalam industri MICE serta diatur mengenai perijinan dan sanksi dalam usaha MICE.

Pada tahun 2009 melalui Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Pada pasal 14 ayat 1 dijelaskan tentang usaha

pariwisata meliputi, antara lain: a. daya tarik wisata; b. kawasan pariwisata; c. jasa transportasi wisata; d. jasa perjalanan wisata; e. jasa makanan dan minuman; f. penyediaan akomodasi; g. penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi; h. penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran; jasa informasi pariwisata; j. jasa konsultan pariwisata; k. jasa pramuwisata; l. wisata tirta; dan m. Spa. Undang-undang tersebut juga menetapkan Prinsip penyelenggaraan kepariwisataan (Bab III), serta pembangunan kepariwisataan (BAB IV) Berdasarkan UU RI No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, semakin memperkuat bahwa pemerintah berperan besar memberikan dukungan terhadap perkembangan kepariwisataan termasuk di dalamnya adalah industry MICE.

Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 28 Tahun 2014 tentang Standar Usaha Jasa

Penyelenggaraan Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konferensi, dan Pameran (PIKP). Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di atas menetapkan dan mengatur secara lebih jelas dan terperinci mengenai standar usaha jasa PIKP diantaranya ditetapkan bahwa usaha jasa PIKP wajib memiliki Sertifikat Usaha Jasa Penyelenggaraan PIKP, dan melaksanakan Sertifikasi Usaha Jasa Penyelenggaraan PIKP, berdasarkan persyaratan dan ketentuan sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri (BAB III). Selain itu usaha jasa PIKP pun mendapatkan pembinaan, seperti yang tertulis dalam BAB IV bahwa Kementerian dan Pemerintah Daerah melaksanakan pembinaan dan pengawasan dalam rangka penerapan Standar Usaha Jasa Penyelenggaraan PIKP sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan

Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 5 Tahun 2017 tentang Peraturan tentang Pedoman Destinasi Penyelenggaraan Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konvensi, dan Pameran. Dalam Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 5 Tahun 2017 diatur tentang standar/kriteria yang ditetapkan oleh lembaga berwenang dengan persyaratan-persyaratan tertentu. Pengembangan Destinasi MICE secara garis besar meliputi 4 (empat) bagian yang memiliki kriteria dan indikator, yakni: 1. Aksesibilitas, kriteria aksesibilitas memiliki 8 (delapan) Indikator antara lain, Bandara Internasional, Biaya Penerbangan, Jadwal Penerbangan, Frekuensi Penerbangan, Kenyamanan Transit, Pelayanan Kepabeanan, Pelayanan Imigrasi dan Karantina, dan Konektifitas Bandara; 2. atraksi (daya tarik), harus memenuhi kriteria antara lain adanya Fasilitas Pertemuan (Meeting) dan Konferensi, Fasilitas Pameran, Fasilitas Akomodasi dan, Tempat-Tempat Menarik yang memiliki indikator yang tidak terbatas pada Pusat Perbelanjaan, Restoran, Tempat Hiburan, Daya Tarik Wisata Alam, Budaya, dan Buatan Manusia, Rekreasi dan Peluang Bisnis; 3. Amenitas yang

harus memenuhi kriteria antara lain Keadaan Lingkungan dan kriteria Citra Destinasi 4. sumber daya manusia dan dukungan stakeholder yang harus memenuhi kriteria Profesionalitas Sumber Daya Manusia (SDM) MICE. Perusahaan Pemasok (Vendor) yang terkait MICE, Pemandu Wisata, Jasa Percetakan, Jasa Boga, Jasa Kontraktor Pameran, Sanggar Seni Budaya dan Hiburan Lainnya, Jasa Otoritas Bandara, Lembaga Pendidikan Terkait MICE, dan Maskapai Penerbangan. Dan kriteria Dukungan Stakeholder yang memiliki 3 (tiga) kriteria antara lain Asosiasi Profesi dan Industri, Destination Marketing Organization (DMO), Pemerintah Daerah

### 3. Dampak dan Peluang Industri MICE

Mencermati karakteristik industri MICE, dapat dilihat beberapa keunggulan (Yuniati, 2020:6) diantaranya kemampuan pembelanjaan (*spending*) dari para delegasi yang cukup tinggi, lama tinggal (*length of stay*) yang lebih panjang dibandingkan wisatawan lainnya, berifat *massif* atau skala besar, mayoritas delegasi dibiayai sponsor atau pihak yang menugaskan, mampu menciptakan peluang usaha dan lapangan pekerjaan padat karya meskipun sifatnya temporer.

Keunggulan-keunggulan industri MICE tersebut mendorong banyak negara berharap menjadi destinasi MICE. *The Straits Time* (dalam Yuniati, 2020:8) pada tahun 2018 Singapura memperoleh keuntungan MICE hingga 2,2 Milliar Dollar (22% dari total pendapatan sektor pariwisata sedangkan Thailand menyatakan bahwa MICE berkontribusi 6,27% dari total pendapatan sektor pariwisata. Sedangkan pemeringkatan yang dirilis oleh International Congress and Convention Association (ICCA) pada tahun 2019 berdasarkan data tahun 2018 menunjukkan Amerika Serikat, Jerman Prancis, Canada merupakan negara-negara dengan peringkat tertinggi dilihat dari kegiatan yang diselenggarakan.



Saat ini pemerintah Indonesia akan mengoptimalkan industri Pertemuan, Insentif, Konvensi, dan Pameran atau MICE (*Meeting Incentive Convention Exhibition*) sebagai salah satu unggulan penopang target kunjungan 26 juta wisatawan mancanegara (wisman) lima tahun mendatang. Lima tahun ke depan fokus dari pariwisata adalah pendapatan devisa, yang diharapkan mencapai USD28 miliar atau melampaui devisa minyak sawit (CPO). Devisa tersebut diharapkan dari kunjungan wisman yang ditargetkan sebanyak 26 juta wisman (Sambodo, Leonardo AA. pada Indonesia Business Event Forum (IBEF) ke-7, 2019). Berdasarkan kajian dari Oxford Economics 2018, dampak ekonomi sektor bisnis event di Indonesia menempati urutan ke-17, mengalahkan Thailand yang ada di posisi ke-22. Berkaitan dengan dampak ekonomi dari bisnis event, bahwasannya potensi MICE sangat besar. Bukan hanya dari perputaran uang dan bisnis eventnya saja, melainkan juga dampaknya terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja (Susanti, Inda:

<https://ekbis.sindonews.com/berita/1422751/34/industri-mice-dijadikan-sektor-unggulan-hingga-2024>).

Dampak industri MICE lainnya yaitu kemampuan menyokong pembangunan

suatu daerah atau negara. Menurut Nuryanti (dalam Yuniati (2020: 9) MICE mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap pembangunan disebutkan sebagai berikut:1) menciptakan citra positif (*create positive image*, 2) meningkatkan penyediaan fasilitas, 3) meningkatkan infrastruktur, 4) menarik minat investasi yang lebih besar, 5) Dampak multiganda yang besar, 6) meningkatkan lapangan pekerjaan, 7) meningkatkan pendapatan pajak dari hotel, restoran, hiburan, dan daya tarik wisata.

Mengingat dampak MICE yang cukup besar terhadap pembangunan, Indonesia memiliki peluang yang cukup besar untuk industri MICE. Beberapa peluang tersebut diantaranya adalah dukungan yang besar dari pemerintah, munculnya berbagai Asosiasi Profesional di bidang MICE, adanya Lembaga sertifikasi Profesi MICE, munculnya sekolah pariwisata dengan konsentrasi di bidang MICE, berkembangnya infrastruktur seperti bandara baru dan berkembangnya destinasi wisata di Indonesia.

Di Indonesia terdapat beberapa Asosiasi Profesional di bidang MICE, selain itu, terdapat beberapa Asosiasi Profesional di bidang MICE tingkat Internasional.

Tabel 2. Asosiasi Profesional Bidang MICE

No	Nama Asosiasi	Keterangan
1	Indonesia Congress & Conventions Association (INCCA)	Asosiasi Nasional
2	Indonesia Event Industry Council (Ivendo)	Asosiasi Nasional
3	Society of Indonesia Professional Convention Organizer (SIPCO)	Asosiasi Nasional
4	Perusahaan Pameran Indonesia (Asperapi)	Asosiasi Nasional
5	AKKINDO (Asosiasi Kongres Konvensi Indonesia)	Asosiasi Nasional
6	SEO (Penyelenggara Event Khusus atau Professional Special Events Organizer)	Asosiasi Nasional
7	AEOC (Asosiasi Event Organizer Company)	Asosiasi Nasional
8	International Congress and Convention Association (ICCA)	Asosiasi Internasional
9	International Association of Professional Congress Organizer	Asosiasi Internasional

Sumber: diolah dari berbagai sumber

Lembaga sertifikasi Profesi MICE di Indonesia berdiri sejak tahun 2007 berkedudukan di Jakarta Lembaga ini Dibentuk oleh unsur industri yaitu Indonesian Congress & Convention Association (INCCA), unsur pendidikan yaitu Politeknik Negeri Jakarta dan INCCA Institute, unsur organisasi profesi yaitu Himpunan Profesional. Standard Kompetensi SDM MICE sesuai dengan Keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi No. KEP.246/MEN/VII/2009 tentang Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Sektor Pariwisata Sub Sektor " Meeting, Incentive, Convention & Exhibition" dan sudah melaksanakan Review SKKNI sesuai dengan Keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor : 348 Tahun 2014 tentang Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Kategori Jasa Persewaan, Ketenagakerjaan, Agen Perjalanan dan Penunjang Usaha Lainnya Golongan Pokok Jasa Administrasi Kantor, Jasa Penunjang Kantor dan Jasa Penunjang Usaha Lainnya Bidang MICE.

### C. Penutup

Perkembangan industri MICE (Meeting, Incentive, Conference and Exhibition) di Indonesia terus berkembang dan akan semakin membawa dampak yang besar bagi masyarakat secara umum maupun bagi pendapatan. MICE merupakan industri dengan kontribusi tinggi secara ekonomi maupun secara sosial terlebih bagi negara.

Berkembangnya industri MICE sebagai industri baru dapat menguntungkan bagi banyak pihak, karena industri MICE ini merupakan industri yang kompleks dan melibatkan banyak pihak. Alasan mendorong pertumbuhan para pengusaha penyelenggara MICE dan industri lainnya yang mendukung, seperti jasa transportasi, penginapan, restaurant dan sebagainya.

Industri MICE juga menjadi pendorong dibukanya lapangan kerja baru, baik berupa tenaga kerja musiman, maupun pekerjaan yang tetap bagi banyak masyarakat. Indonesia dengan wilayah yang strategis serta memiliki daya tarik tersendiri bagi warga negara asing, memberikan peluang bagi tumbuhnya industri MICE.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Iqbal Alan  
<https://venuemagz.com/feature/mice-indonesia-2020>
- Indrajaya, Titus. 2015. "Potensi Industri MICE ( Meeting, Incentive, Conference and Exhibition ) di Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten. Jurnal Ilmiah Widya No. 2 (3): 80-85"
- Kesrul, M (2004), Meeting, Incentive, Trip, Conference, Exhibition, Jakarta: PT Graha Ilmu
- Nyoman Dini Andiani, (2014), Pengelolaan Wisata Konvensi, (Yogyakarta: Graha Ilmu
- Pendit, Nyoman S. (1999), Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana. Jakarta: Pradnya Paramita
- Prayudi, M. Agus. 2011. "Bisnis MICE Sebagai Potensi Unggulan Pariwisata Di Yogyakarta" . Jurnal Sosiohumaniora. No.2 (2) : 18-22
- Susanti, Inda: "Industri MICE Dijadikan Sektor Unggulan Hingga 2024",  
<https://ekbis.sindonews.com/berita/1422751/34/industri-mice-dijadikan-sektor-unggulan-hingga-2024>
- Sambodo, Leonardo AA. Teguh Direktur Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Bappenas disampaikan pada

Indonesia Business Event Forum (IBEF) ke-7 yang diselenggarakan Asosiasi Perusahaan Pameran Indonesia (Asperapi) di Jakarta Convention Center (JCC), Jumat (19/7/2019).

Yuniati, Nining (2020), Meeting, Incentive, Convention, Exhibition sebuah Pengantar MICE, Sentra Edukasi Media, Yogyakarta

(<https://www.kompas.com/stori/read/2021/05/19/123946879/jumlah-penduduk-indonesia-2020-berdasarkan-komposisi-usia>)

### **Undang Undang dan Peraturan**

Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata

Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 28 Tahun 2014 tentang Standar Usaha Jasa Penyelenggaraan Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konferensi, dan Pameran (PIKP)

Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 5 Tahun 2017 tentang Peraturan tentang Pedoman Destinasi Penyelenggaraan Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konvensi, dan Pameran

Keputusan Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi No.KM 108/HM.703/MPPT-912.

## BIODATA PENULIS

**Endang Raino Wirjono**, lahir di Pekalongan 24 Agustus 1970. Pada tahun 1994 menyelesaikan pendidikan S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta., dan pada tahun 2002 menyelesaikan Program Magister Sains Ilmu Akuntansi di Universitas Gajah Mada Yogyakarta. Sejak tahun 1994 menjadi dosen Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika (dh. Fakultas Ekonomi) Universitas Atma Jaya Yogyakarta, dan mengampu mata kuliah Akuntansi Biaya, Akuntansi Manajemen dan Praktik Akuntansi.

**Cindy Angelina Nayoan**, mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta, dan telah yudisium pada tahun 2022.

**Dominicus Agus Budi Raharjono**, lahir di Yogyakarta, 6 Agustus 1967. Pada tahun 1992 menyelesaikan pendidikan S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada Yogyakarta., dan pada tahun 2002 menyelesaikan Program Magister Sains Ilmu Akuntansi di Universitas Gajah Mada Yogyakarta. Sejak tahun 1993 menjadi dosen Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika (dh. Fakultas Ekonomi) Universitas Atma Jaya Yogyakarta, dan mengampu mata kuliah Sistem Pengendalian Manajemen, Akuntansi Manajemen dan Teori Portofolio dan Analisis Investasi.

**Angelina Synthiadevi**, Lulusan Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Lulus pada bulan Juli 2022 dan akan diwisuda pada bulan Agustus 2022.

**Jarot Priyogutomo**, S1 dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan melanjutkan S2 Di Murray State University Kentucky, USA. Saat ini menjadi Dosen di Fakultas bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta, saat ini mengampu matakuliah Digital Marketing, Komunikasi Pemasaran Terpadu dan Retailing.

**Kristina Wasiyati**. Lahir di Sleman 7 Mei 1971. Tahun 1995 menyelesaikan pendidikan Sarjana S1 Program Studi Bahasa Inggris Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Tahun 2001 menyelesaikan S2 Program Studi Linguistik Universitas Gajah Mada Yogyakarta. Tahun 1996 sampai sekarang menjadi dosen tetap ASMI Santa Maria Yogyakarta. Mata kuliah yang diampu Spoken Secretarial English dan Business English Correspondence. Jabatan Fungsional: Lektor.

**Fabiola Ivana Via Arisa**. Lahir di Tangerang 27 Desember 1999 menempuh pendidikan S1 Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta mulai tahun 2017 selesai tahun 2021.

**I Gede Siswantaya**. Lahir di Singaraja 12 Oktober 1959 menyelesaikan pendidikan S1 Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta tahun 1990, menyelesaikan pendidikan S2 Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang tahun 2007. Tahun 1992 sampai sekarang menjadi dosen tetap Prodi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Mata Kuliah yang diampu: Akuntansi Pengantar, Akuntansi Keuangan Menengah, Akuntansi Keuangan Lanjutan, Akuntansi Kombinasi Bisnis dan Praktik Akuntansi. Jabatan Fungsional: Asisten Ahli IIIB.

**Indri Erkaningrum F**, dosen tetap Program Studi Manajemen Perusahaan ASMI Santa Maria Yogyakarta sejak 1995. Jabatan fungsional akademik Lektor Kepala. Program Sarjana Jurusan Manajemen diselesaikan di Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta pada tahun 1994 dan menyelesaikan program Magister Sains Manajemen Universitas Gadjah Mada Yogyakarta pada tahun 2002. Artikel-artikel penulis telah dipublikasikan di majalah populer (Bisnis Indonesia), koran (Harian Jogja), prosiding (proceedings “International Conference and Doctoral Colloquium in Finance 2017”, Faculty of Economics and Business, Universitas Indonesia), dan jurnal-jurnal perguruan tinggi (antara lain: 1) *Journal of Indonesian Economy and Business, Faculty of Economics and Business University of Gadjah Mada, Indonesia*; 2) Jurnal Keuangan dan Perbankan, Program Studi Keuangan dan Perbankan, Universitas Merdeka Malang; 3), Vocatio “Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi dan Sekretari”, Akademi Sekretari Widya Mandala Surabaya; 4) “Visi” Kajian Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, Fakultas Ekonomi Unika Soegijapranata Semarang; 5) Jurnal Ilmiah Sosial “Caritas pro Serviam”, ASMI Santa Maria Yogyakarta; 6) Jurnal Bisnis dan Akuntansi “Analisis”, Program Studi Manajemen Perusahaan ASMI Santa Maria Yogyakarta).

**MA. Susi Hermawanti**. Lahir di Pekalongan 6 Maret 1968 menyelesaikan S1 pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta pada tahun 1991. Lulus Program S2 Magister Manajemen pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta pada tahun 2002. Sejak tahun 1994 menjadi dosen tetap ASMI Santa Maria Yogyakarta. Mata kuliah yang diampu: Manajemen Keuangan, Statistika Bisnis dan Metodologi Penelitian. Jabatan akademik Lektor IIID.

**Benedicta Budiningsih, S.Pd., M.M**, lahir di Bantul, 14 September 1971. Tahun 1997 menyelesaikan pendidikan Sarjana Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial/Pendidikan Akuntansi FKIP USD. Tahun 2002 menyelesaikan pendidikan Magister Manajemen pada Program Pasca Sarjana UAJY Yogyakarta. Sejak 2001 sampai sekarang menjadi dosen tetap Program Studi Manajemen ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta mata kuliah Dasar-dasar Akuntansi, Akuntansi Biaya, Akuntansi Manajemen, Aplikasi Komputer Bisnis. Jabatan Fungsional : Lektor, Penata Muda Tingkat 1, Golongan Ruang IIIC.

**Ch. Kurnia Dyah Marhaeni**. Lahir di Salatiga, 31 Desember 1970. Tahun 1994 menyelesaikan pendidikan S1 Jurusan Komunikasi Massa Fisip Universitas Sebelas Maret Surakarta. Tahun 2002 menyelesaikan pendidikan S2 Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Tahun 1996 sampai sekarang menjadi dosen tetap Program Studi Hubungan Masyarakat ASMI Santa Maria Yogyakarta. Mata Kuliah yang diampu: Manajemen Public Relations, Corporate Event Manajemen, Penulisan Naskah Public Relations dan Employee Relations. Jabatan Fungsional: Lektor

## PEDOMAN PENULISAN

### BAHASA

1. Naskah yang diserahkan kepada Tim Redaksi ditulis dalam Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris.
2. Naskah ditulis sesingkat dan selugas mungkin dengan mengikuti kaidah-kaidah penulisan yang baik dan benar.

### FORMAT

1. Teks naskah atau manuskrip diketik dalam MS-Word setebal 15-20 halaman A-4 dengan huruf Times New Roman atau Arial 12 point spasi ganda. Khusus kutipan langsung diindent sejauh tabulasi.
2. Marjin (batas tepi) bagian atas 2 cm, bawah 4 cm, samping kanan 3 cm dan samping kiri 1,5 cm.
3. Naskah atau manuskrip diserahkan dalam rupa print-out di atas kertas putih yang dapat dibaca dengan jelas, disertai data elektronisnya dalam disket, CD, Flash Disk, atau sarana lain yang dapat diakses Tim Redaksi.
4. Pada halaman cover dicantumkan judul tulisan, nama penulis, gelar, jabatan serta institusinya, dan catatan kaki yang menunjukkan kesediaan penulis memberikan data-data lebih lanjut.
5. Pada setiap halaman (termasuk tabel, lampiran, dan acuan/kepuustakaan) diberi angka halaman urut dengan angka 1 dan seterusnya. Khusus bagian/halaman pertama tulisan tidak diberi judul dan angka halaman.
6. Jika tidak digunakan dalam tabel, daftar, unit atau kuantitas matematis, statistik, teknis keilmuan (jarak, bobot, ukuran), angka-angka harus dilafalkan (dieja) lengkap: dua kali suku bunga yang berlaku. Dalam berbagai kasus, angka perkiraan juga dieja lengkap: masa berlakunya kira-kira lima tahun.
7. Jika dipergunakan dalam konteks nonteknis, persentase dan pecahan desimal ditulis (dieja) lengkap. Jika

digunakan dalam kerangka bahasan teknis ditulis % atau .....

8. Kata kunci dicantumkan setelah abstrak, terdiri atas empat kata kunci, untuk membantu si pemberi indeks.

### ABSTRAK

1. Panjang abstrak tidak lebih dari 200 kata, dicantumkan pada halaman tersendiri sebelum teks isi.
2. Jika naskah berbahasa Indonesia, abstrak ditulis dalam Bahasa Inggris, sebaliknya jika naskah berbahasa Inggris, abstrak ditulis dalam Bahasa Indonesia.
3. Abstrak mencakup ikhtisar pertanyaan dan metode penelitian, temuan dan pentingnya temuan, serta kontribusinya bagi perkembangan ilmu pengetahuan.
4. Judul harus dicantumkan pada halaman abstrak, dengan disertai nama penulis dan institusinya.

### TABEL DAN GAMBAR

1. Semua tabel dan gambar (grafik) yang diperlukan untuk mendukung pembahasan isi naskah dicantumkan pada halaman terpisah dan ditempatkan pada akhir teks yang berkaitan.
2. Tiap-tiap tabel dan gambar (grafik) diberi nomor urut dan judul sesuai dengan isi tabel dan gambar (grafik) termaksud.
3. Dalam teks harus terdapat acuan ke tiap-tiap tabel dan gambar (grafik) yang dicantumkan.
4. Atas tiap tabel dan gambar (grafik) harus ditunjukkan letak persisnya dalam teks dengan mempergunakan notasi yang tepat.
5. Tabel dan gambar (grafik) harus dapat diinterpretasikan tanpa harus mengacu pada teks yang sesuai.
6. Keterangan tentang sumber dan catatan harus dicantumkan di bawah tabel atau grafik.



7. Persamaan-persamaan diberi nomor dalam kurung dan penulisannya rata marjin sebelah kanan.

## DOKUMENTASI

### A. Acuan Karya

1. Setiap karya yang diacu dipertanggungjawabkan dengan mencantumkan nama penulis dan tahun penerbitannya sebagaimana tercantum dalam Daftar Pustaka. Kecuali itu penulis harus berusaha mencantumkan halaman karya yang diacu.
2. Contoh penulisannya: Seorang penulis (Kartajaya, 2003); dua orang penulis (Kartajaya dan Yuswohady, 2004); lebih dari dua orang penulis (Kartajaya et al. 2003), lebih dari dua sumber yang diacu bersamaan (Kartajaya, 2003; Handoko, 2004); dua tulisan atau lebih oleh seorang penulis (Kartajaya, 2003, 2004).
3. Untuk menghindari kerancuan, sebelum menuliskan angka halaman gunakan titik dua (Kartajaya, 2003:177).
4. Apabila pengarang yang diacu menerbitkan beberapa karya tulisnya sekaligus pada tahun yang sama dan semuanya harus diacu, sebaiknya digunakan akhiran a, b, c dan seterusnya: (Kartajaya, 2003a); (Kartajaya, 2003c); (Kartajaya, 2003 b; Handoko, 2004c).
5. Jika nama penulis yang diacu sudah disebutkan dalam teks, maka tidak perlu diulang: "Dikatakan oleh Kartajaya (2003:177), bahwa ...."
6. Jika tulisan yang diacu merupakan karya sebuah institusi, maka penulisan acuan harus menggunakan akronim atau singkatan sependek mungkin: (BEJ, 1998)
7. Jika tulisan yang diacu berasal dari kumpulan tulisan yang diketahui nama penulisnya, maka yang dicantumkan adalah nama penulis dan tahun penerbitan tulisan. Jika nama penulis tidak diketahui, maka yang dicantumkan

adalah nama penyunting dan tahun penerbitan kumpulan tulisan.

### B. Daftar Acuan/Daftar Pustaka

1. Pada akhir naskah/manuskrip dicantumkan Daftar Acuan atau Daftar Pustaka dan hanya berisi karya-karya yang diacu.
2. Setiap entri dalam daftar memuat semua data yang dibutuhkan, dengan format berikut.
  - a. Acuan diurutkan secara alfabetis berdasarkan nama akhir (keluarga) pengarang pertama atau institusi yang bertanggung jawab atas karya termaksud.
  - b. Setelah tanda koma, tambahkan inisial nama depan pengarang dan selalu diakhiri tanda titik.
  - c. Setelah koma, tuliskan tahun terbit karya termaksud dan diakhiri tanda titik.
  - d. Selanjutnya tuliskan judul jurnal atau karya yang diacu, dan tidak boleh disingkat.
  - e. Jika ada dua karya atau lebih dari penulis yang sama, maka penulisannya diurutkan secara kronologis (menurut tahun terbitnya).
  - f. Jika ada dua karya atau lebih dari penulis yang sama dan diterbitkan pada tahun yang sama, maka penulisannya dibedakan dengan huruf yang diletakkan di belakang angka tahun.
3. Contoh Penulisan:
  - a. Majalah  
Sinamo, J.H. 1999. "Learning for Success," *Manajemen*, 125, pp.3-5.
  - b. Jurnal  
Klimoski, R. & S. Palmer, 1993. "The ADA and the hiring process in organizations," *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 45, pp. 10-36.

- c. Buku  
Zikmund, W. G. 2000. Business research methods, 3rd edition, Orlando, The Dryden Press.

- d. Kumpulan Tulisan  
Jika nama penulis diketahui:  
Anderson, W. 1958. Kerangka Analitis untuk Pemasaran. Dalam A. Usmara & B. Budiningsih (Penyunting). 2003. Marketing Classic, pp 55-76, Yogyakarta: Penerbit Amara Books.

Jika nama penulis tidak diketahui:  
Harianto, F, & S. Sudomo, 1998. Perangkat dan Teknik Analisis Investasi di Pasar Modal Indonesia, pp. 25-134.

- e. Tesis/Disertasi  
Sanusi, E.S. 2001. Faktor-faktor permintaan dan penawaran yang mempengaruhi premium asing di Bursa Efek Jakarta, Tesis tidak diterbitkan, Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

- f. Artikel On-Line  
Meyer, A.S. & K.Bock. 1992. Employee assistant programs supervisory referrals: Characteristics of referring and nonreferring supervisors (On-Line), Available <http://Hostname:www.businessmags.com,Directory:main/article.html>

#### **CATATAN KAKI**

1. Catatan kaki tidak digunakan untuk menuliskan acuan.
2. Catatan kaki hanya digunakan untuk memberikan informasi lebih lanjut atas suatu pokok bahasan, yang jika dicantumkan dalam teks dapat mengganggu kesinambungan tingkat keterbacaan teks.
3. Catatan kaki diletakkan pada akhir teks yang hendak dijelaskan, ditandai dengan nomor urut angka Arab yang ditulis superskrip.
4. Keterangan catatan kaki diketik dengan spasi ganda pada bagian bawah halaman yang berkaitan, ditandai (diawali) dengan angka Arab yang sesuai dan diketik superskrip.