

Andi Khaerun Niza, S. Pd., M. Pd

Pengantar MICE DAN EVENT



Editor: Fitry Purnamasari, S.P., M. Sc

PENGANTAR MICE DAN EVENT

Andi Khaerun Niza, S. Pd., M. Pd



Tahta Media Group

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENGANTAR MICE DAN EVENT

Penulis:

Andi Khaerun Niza, S. Pd., M. Pd

Desain Cover:

Tahta Media

Editor:

Fitry Purnamasari, S.P., M. Sc

Proofreader:

Tahta Media

Ukuran:

x, 162, Uk: 15,5 x 23 cm

ISBN: 978-634-262-341-1

Cetakan Pertama:

Oktober 2026

Hak Cipta 2026, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab penerbit

Copyright © 2026 by Tahta Media Group

All Right Reserved

PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP

Perumahan Mitra Utama Residence 3 Blok A no 1, Sawahan, Tempel,

Kec. Gatak, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57557

email: tahtaliterasimedia@gmail.com

website: <http://store.tahtamedia.co.id/>

Anggota IKAPI (216/JTE/2021)

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga buku ajar “Pengantar MICE dan Event” ini dapat diselesaikan. Buku ini disusun sebagai salah satu sumber pembelajaran untuk memberikan pemahaman kepada mahasiswa mengenai konsep, prinsip, proses, dan praktik penyelenggaraan kegiatan **Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition** (MICE) serta berbagai jenis event yang berkembang dalam industri pariwisata dan industri kreatif.

Buku ajar ini terdiri atas sembilan bab yang disusun secara sistematis, mulai dari konsep dasar MICE dan event, jenis kegiatan MICE, sumber daya dan manajemen operasional event, anggaran dan pembiayaan, pemasaran dan sponsorship, manajemen risiko dan aspek legal, layanan dan protokoler, tren dan inovasi event, hingga industri, karier, kewirausahaan, serta event khusus dan studi kasus penyelenggaraan. Setiap pembahasan dilengkapi dengan uraian materi dan evaluasi yang diharapkan dapat membantu mahasiswa memahami konsep sekaligus mengembangkan kemampuan analitis dan aplikatif dalam merencanakan serta menyelenggarakan event.

Penyusunan buku ini diharapkan dapat menjadi referensi pembelajaran bagi mahasiswa, khususnya pada bidang pariwisata, perhotelan, dan bidang pendidikan vokasi yang berkaitan dengan industri jasa dan penyelenggaraan event. Selain itu, buku ini diharapkan dapat membantu dosen dalam melaksanakan proses pembelajaran yang lebih terarah, kontekstual, dan berorientasi pada pengembangan kompetensi mahasiswa sesuai dengan kebutuhan dunia industri.

Penulis menyadari bahwa buku ajar ini masih memiliki keterbatasan dan memerlukan penyempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif sangat diharapkan sebagai bahan perbaikan untuk pengembangan buku ini pada masa mendatang. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, kontribusi, dan bantuan selama proses penyusunan buku ajar ini.

Akhir kata, semoga buku ajar ini dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa, dosen, praktisi, dan pembaca pada umumnya, serta menjadi salah satu sumber pengetahuan dalam memahami dan mengembangkan kompetensi di bidang manajemen event dan industri MICE.

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	x
BAB 1 KONSEP DASAR MICE DAN EVENT	1
A. Tujuan Pembelajaran.....	1
B. Pengertian Dan Ruang Lingkup Mice	2
C. Pengertian Dan Fungsi Event	4
D. Peran Mice	7
E. Rangkuman	9
F. Evaluasi.....	10
BAB 2 JENIS KEGIATAN MICE DAN MANAJEMEN EVENT	11
A. Tujuan Pembelajaran.....	11
B. <i>Meeting</i> (Pertemuan)	11
C. <i>Incentives</i> (Perjalanan Insentif).....	13
D. <i>Conferences Dan Exhibitions</i>	14
E. Tahapan Perencanaan Event.....	16
F. Pengorganisasian Event.....	18
G. Pelaksanaan Dan Evaluasi Event	19
H. Rangkuman	21
I. Evaluasi.....	22
BAB 3 SUMBER DAYA DAN MANAJEMEN OPERASIONAL	
EVENT	23
A. Tujuan Pembelajaran.....	23
B. Sumber Daya Manusia (SDM) Dalam Event	24
C. <i>Venue Dalam Event</i>	27
D. Teknologi Dalam Event	30
E. <i>Time Line Dan Rundown Event</i>	34

F.	Penyusunan Jadwal Kegiatan Event.....	38
G.	Pengendalian Waktu Dan Evaluasi Event	42
H.	Rangkuman	47
I.	Evaluasi.....	48
BAB 4 ANGGARAN, PEMBIAYAAN, DAN PELAKSANAAN		
EVENT	49	
A.	Tujuan Pembelajaran.....	49
B.	Pengertian Anggaran Dalam Event	49
C.	Komponen Anggaran Event	52
D.	Sumber Pembiayaan Event	57
E.	Pengertian Pelaksanaan Event.....	62
F.	Tahapan Pelaksanaan Event	64
G.	Struktur Dan Peran Tim Pelaksana Event	71
H.	Evaluasi Kinerja Tim	78
I.	Rangkuman	80
J.	Evaluasi.....	81
BAB 5 PEMASARAN, PROMOSI, DAN SPONSORSHIP EVENT		82
A.	Tujuan Pembelajaran.....	82
B.	Dasar Pemasaran Event	82
C.	Strategi Promosi Dan Branding Event.....	86
D.	<i>Sponsorship</i> Dan Kemitraan	90
E.	Rangkuman	94
F.	Evaluasi.....	95
BAB 6 MANAJEMEN RISIKO, KESELAMATAN, DAN ASPEK		
LEGAL EVENT	96	
A.	Tujuan Pembelajaran.....	96
B.	Manajemen Risiko Event	97
C.	Keselamatan Dan Keamanan Event.....	102
D.	Perizinan, Kontrak, Dan Aspek Hukum	104
E.	Rangkuman	109

F. Evaluasi.....	109
BAB 7 LAYANAN, PROTOKOLER, DAN PENGALAMAN	
PESERTA.....	111
A. Tujuan Pembelajaran.....	111
B. Protokoler Dan Tata Acara.....	111
C. Layanan Pendukung Event.....	115
D. Desain Pengalaman Dan Kualitas Layanan.....	118
E. Rangkuman	122
F. Evaluasi.....	123
BAB 8 TREN, KEBERLANJUTAN, DAN INOVASI EVENT	124
A. Tujuan Pembelajaran.....	124
B. Event Digital, Hybrid, Dan Virtual.....	124
C. Event Berkelanjutan (<i>Green Event</i>)	128
D. Inovasi Teknologi Dalam Penyelenggaraan Event.....	132
E. Rangkuman	134
F. Evaluasi.....	135
BAB 9 INDUSTRI, KARIER, DAN KEWIRAUSAHAAN DI	
BIDANG MICE	136
A. Tujuan Pembelajaran.....	136
B. Industri Mice Di Indonesia.....	137
C. Profesi Dan Karier Di Bidang Mice.....	140
D. Kewirausahaan Dan Etika Profesi Event	143
E. Rangkuman	147
F. Evaluasi.....	148
BAB 10 EVENT KHUSUS	149
A. Tujuan Pembelajaran.....	149
B. Klasifikasi Event Dan Event Khusus	149
C. Festival Dan Event Budaya	152
D. Event Olahraga, Pemerintah, Dan Sosial	154
E. Studi Kasus Dan Penerapan Praktik Baik	156

F. Rangkuman	158
G. Evaluasi.....	159
DAFTAR PUSTAKA.....	161
PROFIL PENULIS.....	162

DAFTAR TABEL

Tabel 5. 1Bauran Pemasaran (7P) pada Event	85
Tabel 5. 2 Tahapan Kampanye Promosi Event.....	88
Tabel 5. 3 Jenis Sponsor dan Bentuk Dukungan	91
Tabel 6. 1 Contoh Daftar Risiko (<i>Risk Register</i>) Event.....	99
Tabel 6. 2 Contoh Perizinan dan Pemberitahuan Event	105
Tabel 7. 1 Contoh Susunan Acara Formal.....	114
Tabel 7. 2 Pola Tata Letak Ruang Event	119
Tabel 8. 1 Perbandingan Format Event	125
Tabel 8. 2 Contoh Penerapan Praktik Ramah Lingkungan pada Event.....	129
Tabel 9. 1 Contoh Profesi dalam Industri MICE	140
Tabel 9. 2 Langkah Memulai Usaha Event.....	144
Tabel 10. 1 Klasifikasi Event Berdasarkan Skala dan Dampak	150
Tabel 10. 2 Contoh Analisis Ilustrasi Kasus Festival	157

BAB 1

KONSEP DASAR MICE

DAN EVENT

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Setelah mempelajari materi pada bab ini, mahasiswa diharapkan mampu:

1. Menjelaskan pengertian, karakteristik, dan ruang lingkup industri MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*).
2. Menjelaskan pengertian event serta keterkaitannya dengan kegiatan MICE.
3. Mengidentifikasi fungsi event, yaitu fungsi komunikasi, promosi dan pemasaran, sosial dan relasional, edukasi, serta ekonomi.
4. Menganalisis peran MICE dalam pengembangan sektor pariwisata dan pertumbuhan ekonomi.
5. Menjelaskan sinergi antara MICE, pariwisata, dan pembangunan berkelanjutan, termasuk penerapan *green event* dan pemberdayaan masyarakat lokal.

Dengan tujuan pembelajaran tersebut, mahasiswa diharapkan memiliki pemahaman dasar yang kuat mengenai MICE dan event sebelum mempelajari perencanaan, pengelolaan, dan evaluasi event pada bab-bab berikutnya.

B. PENGERTIAN DAN RUANG LINGKUP MICE

Industri MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*) merupakan salah satu sektor penting dalam pariwisata modern yang berorientasi pada kegiatan bisnis dan profesional. Dalam perkembangannya, MICE tidak hanya dipahami sebagai aktivitas pertemuan semata, tetapi telah berkembang menjadi sistem industri yang kompleks dan terintegrasi dengan berbagai sektor ekonomi.

Secara terminologis, MICE adalah akronim yang merujuk pada empat jenis kegiatan utama, yaitu *meeting, incentive, convention, dan exhibition*. Keempat komponen ini memiliki karakteristik dan fungsi yang berbeda, namun saling melengkapi dalam praktik industri.

Meeting merujuk pada kegiatan pertemuan yang diselenggarakan oleh organisasi, perusahaan, atau institusi tertentu dengan tujuan membahas isu strategis, melakukan koordinasi, atau mengambil keputusan. Sementara itu, *incentive* merupakan bentuk kegiatan perjalanan yang diberikan sebagai penghargaan kepada individu atau kelompok atas pencapaian tertentu, yang bertujuan untuk meningkatkan motivasi dan kinerja.

Adapun *convention* atau *conference* biasanya diselenggarakan dalam skala yang lebih besar, melibatkan peserta dari berbagai latar belakang profesional, bahkan lintas negara, dengan tujuan berbagi pengetahuan, melakukan diskusi ilmiah, atau membangun jejaring profesional. Di sisi lain, *exhibition* merupakan kegiatan pameran yang bertujuan untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk, jasa, atau ide kepada khalayak luas maupun segmen pasar tertentu.

MICE dapat dipahami sebagai serangkaian kegiatan terorganisir yang berfokus pada tujuan bisnis, profesional, dan institusional, serta dirancang melalui perencanaan yang sistematis dan pelaksanaan yang terstruktur. Industri MICE memiliki sejumlah karakteristik yang membedakannya dari jenis pariwisata lainnya, khususnya pariwisata

rekreasi. Kegiatan MICE umumnya dirancang secara profesional dengan perencanaan yang matang, melibatkan berbagai pihak, serta memerlukan dukungan fasilitas dan teknologi yang memadai. Selain itu, kegiatan MICE bersifat *group-oriented*, di mana peserta hadir dalam kelompok dengan tujuan yang sama.

Karakteristik utama MICE dapat dipahami melalui beberapa aspek berikut:

- Perencanaan yang sistematis dan berbasis manajemen profesional
- Keterlibatan peserta dalam bentuk kelompok atau organisasi
- Tujuan kegiatan yang spesifik, seperti bisnis, edukasi, atau promosi
- Kebutuhan terhadap fasilitas khusus seperti ruang konferensi, teknologi audio-visual, dan layanan pendukung
- Dampak ekonomi yang signifikan terhadap destinasi penyelenggara

Karakteristik ini menunjukkan bahwa MICE bukan sekadar aktivitas pertemuan, melainkan sebuah industri yang memiliki standar operasional dan manajemen yang kompleks.

Ruang lingkup industri MICE juga sangat luas dan mencakup berbagai aktivitas serta sektor yang saling berkaitan. Secara umum, ruang lingkup tersebut dapat dipahami dalam tiga kategori utama, yaitu kegiatan inti, industri pendukung, dan layanan tambahan. Kegiatan inti MICE meliputi berbagai bentuk aktivitas seperti pertemuan bisnis, seminar, konferensi, pameran dagang, serta program perjalanan insentif. Kegiatan ini merupakan inti dari industri MICE yang secara langsung melibatkan peserta dan tujuan utama penyelenggaraan. Industri pendukung mencakup berbagai pihak yang berperan dalam menyukseskan penyelenggaraan kegiatan MICE, seperti event organizer (EO), penyedia venue (hotel, convention center), transportasi, layanan konsumsi, serta teknologi event. Tanpa

dukungan sektor ini, kegiatan MICE tidak dapat berjalan secara optimal. Layanan tambahan meliputi aspek-aspek pendukung seperti dekorasi, promosi, dokumentasi, serta keamanan dan kesehatan. Meskipun bersifat pelengkap, layanan ini memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas dan keberhasilan suatu event.

Dalam perspektif yang lebih luas, MICE merupakan bagian dari *business tourism* yang memiliki kontribusi besar terhadap pengembangan ekonomi dan pariwisata suatu daerah. Kegiatan MICE tidak hanya menghasilkan manfaat langsung melalui pengeluaran peserta, tetapi juga menciptakan efek berganda (*multiplier effect*) yang berdampak pada berbagai sektor ekonomi lainnya. Sebagai ilustrasi, penyelenggaraan sebuah konferensi internasional di suatu kota tidak hanya melibatkan peserta sebagai aktor utama, tetapi juga menggerakkan sektor lain seperti perhotelan, transportasi, katering, serta jasa kreatif. Hal ini menunjukkan bahwa MICE memiliki peran strategis dalam meningkatkan aktivitas ekonomi lokal sekaligus memperkuat citra destinasi.

C. PENGERTIAN DAN FUNGSI EVENT

Dalam kajian manajemen dan industri jasa, istilah *event* merujuk pada suatu kegiatan yang dirancang, direncanakan, dan diselenggarakan untuk mencapai tujuan tertentu dalam kurun waktu yang terbatas. Event dapat bersifat formal maupun informal, serta mencakup berbagai bidang seperti bisnis, pendidikan, budaya, sosial, hingga hiburan. Keberadaan event menjadi semakin penting dalam era modern karena berfungsi sebagai media komunikasi, promosi, dan interaksi yang efektif antara penyelenggara dan peserta.

Secara konseptual, event tidak hanya dipahami sebagai suatu kegiatan biasa, melainkan sebagai sebuah pengalaman (*experience*)

yang dirancang secara sistematis untuk memberikan kesan tertentu kepada audiens. Oleh karena itu, keberhasilan sebuah event tidak hanya diukur dari kelancaran pelaksanaan, tetapi juga dari sejauh mana event tersebut mampu memenuhi tujuan dan memberikan nilai tambah bagi peserta. Event memiliki cakupan yang sangat luas. Event dapat berupa kegiatan berskala kecil seperti rapat internal organisasi, maupun kegiatan berskala besar seperti festival internasional, konser, atau pameran global. Fleksibilitas ini menjadikan event sebagai instrumen strategis dalam berbagai sektor, baik untuk kepentingan komersial maupun non-komersial.

Jika ditinjau dari karakteristiknya, event memiliki beberapa ciri utama yang membedakannya dari aktivitas rutin lainnya. Pertama, event bersifat sementara (*temporary*), artinya diselenggarakan dalam jangka waktu tertentu dan tidak berlangsung secara terus-menerus. Kedua, event dirancang dengan tujuan yang jelas, baik untuk menyampaikan informasi, membangun relasi, maupun menciptakan pengalaman tertentu. Ketiga, event melibatkan interaksi antara penyelenggara dan peserta, sehingga membutuhkan perencanaan komunikasi yang efektif.

Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa event merupakan bagian dari industri kreatif yang menggabungkan aspek manajerial, komunikasi, dan pengalaman pengguna. Lebih lanjut, fungsi event dalam konteks organisasi dan masyarakat dapat dipahami sebagai berikut:

1. Fungsi komunikasi

Event berperan sebagai media untuk menyampaikan informasi, pesan, atau gagasan kepada audiens secara langsung. Melalui event, organisasi dapat membangun komunikasi dua arah yang lebih efektif dibandingkan media konvensional.

2. Fungsi Promosi dan Pemasaran

Dalam dunia bisnis, event sering digunakan sebagai sarana untuk memperkenalkan produk atau jasa, membangun citra merek, serta menarik minat konsumen. Pameran dan peluncuran produk merupakan contoh konkret dari fungsi ini.

3. Fungsi sosial dan relasional

Event memungkinkan terjadinya interaksi sosial yang dapat memperkuat hubungan antarindividu maupun antarorganisasi. Kegiatan seperti seminar, konferensi, dan gathering menjadi sarana untuk membangun jejaring (*networking*).

4. Fungsi edukasi

Banyak event diselenggarakan dengan tujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta, seperti workshop, pelatihan, dan konferensi ilmiah.

5. Fungsi ekonomi

Event juga memiliki dampak ekonomi yang signifikan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Penyelenggaraan event dapat meningkatkan aktivitas bisnis, menciptakan lapangan kerja, serta mendorong pertumbuhan sektor terkait.

Melalui berbagai fungsi tersebut, event tidak hanya berperan sebagai kegiatan seremonial, tetapi juga sebagai alat strategis dalam mencapai tujuan organisasi dan pembangunan masyarakat. Dalam konteks MICE, event menjadi bagian yang tidak terpisahkan, terutama dalam kegiatan meeting, convention, dan exhibition yang membutuhkan pengelolaan profesional.

D. PERAN MICE

Industri MICE (*Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions*) memiliki posisi yang sangat strategis dalam mendorong pertumbuhan sektor pariwisata sekaligus memperkuat struktur ekonomi suatu negara maupun daerah. Berbeda dengan pariwisata konvensional yang berfokus pada rekreasi, MICE menghadirkan aktivitas perjalanan berbasis bisnis dan profesional yang memiliki nilai ekonomi lebih tinggi, baik dari sisi pengeluaran peserta maupun dampak lanjutan (*multiplier effect*).

MICE merupakan bagian dari business tourism yang mampu menciptakan arus kunjungan wisatawan dengan karakteristik khusus, yaitu terencana, berskala besar, dan memiliki tujuan spesifik. Hal ini menjadikan MICE sebagai salah satu sektor unggulan dalam pengembangan destinasi pariwisata modern.

1. Peran MICE dalam Sektor Pariwisata

Dalam konteks pariwisata, MICE memberikan kontribusi signifikan melalui beberapa aspek berikut:

- Meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan
Kegiatan seperti konferensi internasional, pameran dagang, atau incentive travel menarik peserta dari berbagai negara. Wisatawan MICE umumnya memiliki daya beli tinggi dan pengeluaran lebih besar dibanding wisatawan biasa.
- Mengurangi seasonality (musiman wisata)
Kegiatan MICE dapat diselenggarakan di luar musim liburan, sehingga membantu menjaga stabilitas kunjungan wisata sepanjang tahun.
- Mendorong pengembangan destinasi baru
Kota-kota yang sebelumnya bukan destinasi wisata utama dapat berkembang menjadi destinasi MICE melalui

pembangunan fasilitas seperti convention center, hotel berbintang, dan infrastruktur pendukung.

- Memperkuat citra destinasi (*destination branding*)
Penyelenggaraan event internasional meningkatkan reputasi suatu daerah di mata global, sehingga berdampak pada peningkatan daya tarik wisata jangka panjang.

2. Peran MICE dalam Pertumbuhan Ekonomi

Dari perspektif ekonomi, MICE berperan sebagai penggerak utama berbagai sektor industri. Dampaknya tidak hanya langsung, tetapi juga tidak langsung dan berkelanjutan.

- Menciptakan lapangan kerja
Industri MICE melibatkan banyak tenaga kerja, mulai dari event organizer, hotel, transportasi, catering, hingga tenaga kreatif dan teknis.
- Meningkatkan pendapatan daerah dan nasional
Pengeluaran peserta MICE mencakup akomodasi, konsumsi, transportasi, hingga belanja, yang semuanya berkontribusi pada peningkatan pendapatan.
- Mendorong pertumbuhan sektor pendukung
Sektor seperti perhotelan, transportasi, UMKM, dan industri kreatif mendapatkan manfaat langsung dari penyelenggaraan event.
- Menarik investasi
Event berskala besar seringkali menjadi ajang promosi potensi daerah yang dapat menarik investor domestik maupun internasional.
- Efek multiplier (pengganda ekonomi)
Setiap aktivitas dalam MICE menghasilkan dampak berantai yang memperluas manfaat ekonomi ke berbagai sektor lainnya.

3. Sinergi MICE, Pariwisata, dan Pembangunan Berkelanjutan

Dalam perkembangan terkini, MICE tidak hanya dipandang sebagai alat pertumbuhan ekonomi, tetapi juga sebagai instrumen pembangunan berkelanjutan. Hal ini terlihat dari:

- Integrasi konsep green event dan sustainable tourism
- Pemanfaatan produk lokal dalam event
- Pemberdayaan masyarakat sekitar lokasi kegiatan
- Pengurangan dampak lingkungan melalui pengelolaan limbah dan energi

Dengan demikian, MICE dapat diposisikan sebagai sektor strategis yang mengintegrasikan pariwisata, ekonomi, dan pembangunan berkelanjutan dalam satu kerangka yang komprehensif.

E. RANGKUMAN

MICE merupakan bagian dari business tourism yang mencakup kegiatan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran yang direncanakan secara profesional serta melibatkan berbagai sektor pendukung. Karakteristik MICE meliputi perencanaan sistematis, keterlibatan peserta secara berkelompok, tujuan spesifik, kebutuhan fasilitas khusus, dan dampak ekonomi bagi destinasi. Sementara itu, event merupakan kegiatan terencana dalam waktu tertentu untuk mencapai tujuan tertentu melalui pengalaman dan interaksi dengan peserta. Event memiliki lima fungsi utama, yaitu komunikasi, promosi dan pemasaran, sosial dan relasional, edukasi, serta ekonomi. Dalam sektor pariwisata, MICE berperan meningkatkan kunjungan wisatawan, memperkuat citra destinasi, dan mengurangi ketergantungan pada musim wisata. Dari sisi ekonomi, MICE mendorong penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan,

pertumbuhan UMKM, dan investasi. Pengembangannya perlu memperhatikan prinsip keberlanjutan melalui green event, penggunaan produk lokal, pemberdayaan masyarakat, serta pengelolaan limbah dan energi.

F. EVALUASI

1. Jelaskan pengertian MICE dan uraikan empat komponen utamanya beserta contoh masing-masing!
2. Uraikan ruang lingkup industri MICE serta pihak-pihak yang mendukung penyelenggaraannya!
3. Jelaskan pengertian event dan karakteristik yang membedakannya dari aktivitas rutin!
4. Analisis peran MICE dalam pengembangan pariwisata, pertumbuhan ekonomi, dan pembangunan berkelanjutan!

BAB 2

JENIS KEGIATAN MICE DAN MANAJEMEN EVENT

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Setelah mempelajari materi pada bab ini, mahasiswa diharapkan mampu:

1. Menjelaskan karakteristik dan tujuan kegiatan *meeting*, *incentive*, *conference*, dan *exhibition*.
2. Membedakan jenis-jenis kegiatan MICE berdasarkan tujuan, peserta, dan bentuk penyelenggaraannya.
3. Menjelaskan tahapan perencanaan event, mulai dari perumusan tujuan hingga penyusunan konsep kegiatan.
4. Menyusun pengorganisasian event yang mencakup struktur panitia, pembagian tugas, dan koordinasi tim.
5. Menjelaskan proses pelaksanaan event dan menerapkan evaluasi sebagai dasar perbaikan kegiatan berikutnya.

B. MEETING (PERTEMUAN)

Meetings merupakan salah satu bentuk kegiatan utama dalam industri MICE yang berfungsi sebagai sarana komunikasi formal antar individu atau kelompok dalam suatu organisasi maupun antar organisasi. Secara konseptual, *meetings* didefinisikan sebagai

pertemuan yang dirancang secara terstruktur dengan tujuan untuk membahas isu tertentu, melakukan koordinasi, serta menghasilkan keputusan yang bersifat strategis maupun operasional.

Kegiatan *meetings* mencakup berbagai bentuk, mulai dari rapat internal organisasi, rapat koordinasi lintas sektor, hingga pertemuan bisnis dengan mitra eksternal. Jumlah peserta umumnya relatif terbatas dengan durasi kegiatan yang lebih singkat dibandingkan konferensi. Tingkat efektivitas *meetings* sangat ditentukan oleh kualitas perencanaan, kejelasan agenda, serta kemampuan pengelolaan diskusi.

Perspektif manajemen menempatkan penyelenggaraan *meetings* sebagai proses yang terdiri atas beberapa tahapan, yaitu perencanaan agenda, penentuan peserta, penyediaan fasilitas, pelaksanaan diskusi, serta evaluasi hasil pertemuan. Setiap tahapan harus dilakukan secara sistematis untuk memastikan bahwa tujuan pertemuan dapat tercapai secara optimal. Aspek komunikasi interpersonal menjadi faktor kunci dalam mendukung pertukaran ide dan proses pengambilan keputusan.

Perkembangan teknologi mendorong transformasi bentuk *meetings* melalui pemanfaatan platform digital. Kehadiran *virtual meetings* dan *hybrid meetings* memungkinkan partisipasi yang lebih luas tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Kondisi ini meningkatkan efisiensi sekaligus memperluas aksesibilitas bagi berbagai pihak yang terlibat dalam kegiatan MICE.

Fungsi *meetings* tidak terbatas sebagai sarana komunikasi formal, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam mendukung efektivitas organisasi dan peningkatan kinerja profesional.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, I. A. (2018). *Manajemen Konferensi dan Event*. Gadjah Mada University Press.
- El Adawiyah, S. (2020). *Manajemen Event*. Bintang Pustaka.
- Hardani, I. P., Saryani, & Putri, M. E. (2025). *Pengelolaan Kegiatan MICE Secara Luring dan/atau Daring SMK/MAK Fase F (Usaha Layanan Wisata)*. Penerbit Andi.
- Holmes, K., Hughes, M., Mair, J., & Foley, C. (2026). *Events and Sustainability* (2nd ed.). Routledge.
- Jones, M. (2025). *Sustainable Event Management: A Practical Guide* (4th ed.). Routledge.
- Kulshreshtha, S. K., & Webster, C. (Eds.). (2024). *New Technologies in Virtual and Hybrid Events*. IGI Global Scientific Publishing.
<https://doi.org/10.4018/979-8-3693-2272-7>
- Lubis, M. R., Ramadhan, I., Dalimunthe, F. I., & Lingga, O. H. (2025). *Manajemen Venue dalam MICE*. Penerbit MAFY.
- Noor, A. (2022). *Manajemen Event* (Edisi revisi). Alfabeta.
- Noor, A. A. (2025). *Manajemen MICE* (2nd ed.). Penerbit Universitas Terbuka.
- Salama, M. (Ed.). (2021). *Event Project Management: Principles, Technology and Innovation*. Goodfellow Publishers.
<https://doi.org/10.23912/9781911635734-4390>
- Sugiarti, D. P., Ariwangsa, I. M. B., Sastrawan, I. G. A., & Widyayanthi, N. P. L. (2025). *Pengantar Pariwisata MICE: Meeting, Incentive, Conference & Exhibition*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Wirata, I. N. (2023). *Pengelolaan Event*. Rajawali Pers.

PROFIL PENULIS



Andi Khaerun Niza, S.Pd., M.Pd. lahir di Ujung Pandang pada 23 Agustus 1992. Pendidikan sarjana ditempuh pada Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Bahasa dan Sastra, Universitas Negeri Makassar dan diselesaikan pada tahun 2010. Selanjutnya, pendidikan magister ditempuh pada Program Pascasarjana Universitas Negeri Makassar, Program Studi Pendidikan Bahasa dengan kekhususan Bahasa Inggris, dan diselesaikan pada tahun 2014. Saat ini, penulis berprofesi sebagai dosen pada Jurusan Pariwisata dan Perhotelan, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Makassar. Dalam bidang akademik, penulis memiliki pengalaman dalam pendidikan dan pengajaran, khususnya pembelajaran Bahasa Inggris dan bidang kependidikan. Penulis mengampu beberapa mata kuliah, antara lain Bahasa Inggris, Bahasa Indonesia, Evaluasi Pembelajaran, dan Metodologi Penelitian Terapan. Selain melaksanakan kegiatan pembelajaran, penulis aktif dalam kegiatan ilmiah, khususnya penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Pengalaman tersebut menjadi bagian dari perjalanan akademik penulis dalam mengembangkan pembelajaran dan mendukung peningkatan kualitas pendidikan. Email: andi.khaerun.niza@unm.ac.id



Pengantar MICE DAN EVENT

Buku ajar ini terdiri atas sembilan bab yang disusun secara sistematis, mulai dari konsep dasar MICE dan event, jenis kegiatan MICE, sumber daya dan manajemen operasional event, anggaran dan pembiayaan, pemasaran dan sponsorship, manajemen risiko dan aspek legal, layanan dan protokoler, tren dan inovasi event, hingga industri, karier, kewirausahaan, serta event khusus dan studi kasus penyelenggaraan. Setiap pembahasan dilengkapi dengan uraian materi dan evaluasi yang diharapkan dapat membantu mahasiswa memahami konsep sekaligus mengembangkan kemampuan analitis dan aplikatif dalam merencanakan serta menyelenggarakan event.

Penyusunan buku ini diharapkan dapat menjadi referensi pembelajaran bagi mahasiswa, khususnya pada bidang pariwisata, perhotelan, dan bidang pendidikan vokasi yang berkaitan dengan industri jasa dan penyelenggaraan event. Selain itu, buku ini diharapkan dapat membantu dosen dalam melaksanakan proses pembelajaran yang lebih terarah, kontekstual, dan berorientasi pada pengembangan kompetensi mahasiswa sesuai dengan kebutuhan dunia industri.

CV. Tahta Media Group

Sukoharjo, Jawa Tengah

Web : www.tahtamedia.co.id

Ig : tahtamedia group

Telp/WA : +62 896 5427 3996



IKAPI
IKATAN PENERBIT INDONESIA

