

**STRATEGI PEMERINTAH INDONESIA DALAM OPTIMALISASI  
MICE (*MEETING, INCENTIVE, CONVENTION, EXHIBITION*)  
UNTUK MENARIK WISATAWAN MANCANEGARA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Dalam Bidang  
Ilmu Hubungan Internasional**



**Disusun oleh:**

**DELLA ANWARYANI PUTRI  
07041181621028**

**PROGRAM STUDI ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
INDRALAYA  
2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI**

**STRATEGI PEMERINTAH INDONESIA DALAM OPTIMALISASI  
MICE (*MEETING, INCENTIVE, CONVENTION, EXHIBITION*)  
UNTUK MENARIK WISATAWAN MANCANEGARA**

**SKRIPSI**

**Disusun oleh :**

**DELLA ANWARYANI PUTRI**

**07041181621028**

**Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing pada Tanggal 4 Agustus 2022**

**Pembimbing I**

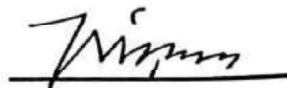
**Dr Zulfikri Suleman, MA**

**NIP.195907201985031002**

**Pembimbing II**

**Ferdiansyah Rivai, S.IP., MA**

**NIP. 198904112019031013**



**Disetujui oleh,**

**Ketua Program Studi**



**Sofyan Effendi, S.IP., M.Si**

**NIP. 197705122003121003**

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**STRATEGI PEMERINTAH INDONESIA DALAM OPTIMALISASI  
MICE (MEETING, INCENTIVE, CONVENTION, EXHIBITION) UNTUK  
MENARIK WISATAWAN MANCANEGARA**

Skripsi

Oleh :

**Della Anwaryani Putri**

**07041181621028**

**Telah dipertahankan di depan penguji  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat  
Pada tanggal 4 Januari 2023**

Pembimbing :

1. Dr. Zulkifli Suleman, MA  
NIP.195907201985031002

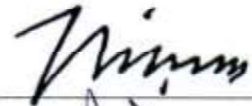
2. Ferdiansyah Rivai, S.IP.,MA  
NIP.198904112019031013

Penguji :

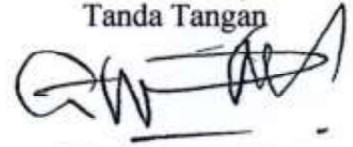
1. Gunawan Lestari Elake, S.IP., MA  
NIP.198405182018031000

2. Muhammad Yusuf Abror, S.IP., MA  
NIP. 199208272019031005

Tanda Tangan



Tanda Tangan



Mengetahui,

Disetujui oleh,

Ketua Program Studi,

**Sofyan Effendi, S.IP., M.Si**  
NIP 197705122003121003



## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Della Anwaryani Putri

NIM : 07041181621028

Jurusan : Ilmu Hubungan Internasional

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul **“Strategi Pemerintah Indonesia dalam Optimalisasi MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*) untuk Menarik Wisatawan Mancanegara “** ini adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila dikemudian hari, ada pelanggaran yang ditemukan dalam skripsi ini dan/atau ada pengaduan dari pihak lain terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang diajukan kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Palembang, 24 Desember 2022

Yang membuat pernyataan,



Della Anwaryani Putri

07041181621028

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT.

Peneliti mempersembahkan Skripsi ini kepada:

Papa dan Mama yang senantiasa mendukung

dan mendoakan dalam setiap langkah hidupku;

Keluarga besar yang selalu memberikan motivasi untuk tidak menyerah;

Untuk dosen-dosen yang tanpa lelah berbagi ilmu dan pengalaman serta

menjadi panutan peneliti dalam menghadapi masa depan;

Sahabat-sahabat tercinta dan teman-teman seperjuangan Ilmu Hubungan

Internasional Universitas Sriwijaya 2016, Para sahabat Teknik HI tercinta

yang telah berbagi waktu dan tenaga dalam suka maupun duka;

Serta untuk Almamater tercinta,

Jurusan Ilmu Hubungan Internasional

Universitas Sriwijaya

## ABSTRAK

Kegiatan Industri MICE di Indonesia sebagai industri yang menunjukkan bahwa MICE sebagai salah satu sektor dalam bisnis pariwisata. Kegiatan bisnis wisata yang tujuan utama dari para delegasi atau peserta kegiatan MICE adalah melakukan perjalanan dan menghadiri suatu kegiatan atau event yang berhubungan dengan tujuan bersama sambil menikmati kegiatan wisata. Pandemi Covid 19 yang terjadi di seluruh dunia berdampak pada kegiatan wisata bisnis/ MICE (*Meeting, Incentive, Convention and Exhibition*) belum dapat secara aktif dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan identifikasi dan analisis konsep MICE berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 5 Tahun 2017 dalam upaya merealisasikan Indonesia menjadi tujuan wisata yang diminati wisatawan mancanegara. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus fenomena yang terjadi untuk mengidentifikasi apa saja strategi pemerintah Indonesia dalam optimisasi MICE yang terdapat empat faktor yaitu aksesibilitas, atraksi, amenitas setra dukungan sumber daya manusia dan *stakeholder*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesiapan Indonesia menjadi tujuan destinasi pariwisata sudah cukup memadai tetapi masih tertinggal dengan negara tetangga, Singapura, Malaysia dan Thailand.

**Kata kunci : Bisnis Wisata, MICE, Pedoman CHSE, Pandemi Covid-19**

Palembang , 4 Agustus 2023

Telah Mengetahui/Menyetujui

**Dosen Pembimbing I**



**Dr. Zulkifli Suleman, MA**

**NIP.195907201985031002**

**Dosen Pembimbing II**



**Ferdiansyah Rivai, S.IP.,MA**

**NIP.198904112019031013**

**Kepala Jurusan Ilmu Hubungan Internasional**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Sriwijaya**



**Sofyan Effendi, S.IP., MSi**

**NIP. 197705122003121003**

## ABSTRACT

MICE industry activities in Indonesia as an industry show that MICE is a sector in the tourism business. Tourism business activities where the main goal of delegates or participants in MICE activities is to travel and attend an activity or event related to a common goal while enjoying tourism activities. The Covid 19 pandemic that is happening all over the world has an impact on business tourism/MICE (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition) activities that cannot be actively carried out. This study aims to identify and analyze the concept of MICE based on Government Regulation no. 5 of 2017 in an effort to realize Indonesia as a tourist destination that is of interest to foreign tourists. The research method used is a case study of phenomena that occur to identify what are the Indonesian government's strategies for optimizing MICE, which consist of four factors, namely accessibility, attractions, amenities and the support of human resources and stakeholders. The results of the study show that Indonesia's readiness to become a tourism destination is sufficient but still lagging behind neighboring countries, Singapore, Malaysia and Thailand.

**Keywords: CHSE Guidelines, Covid-19 Pandemic, MICE, Tourism Business**

Palembang , 4 Agustus 2023

Telah Mengetahui/Menyetujui

**Dosen Pembimbing I**



**Dr. Zulkifli Suleman, MA**

**NIP.195907201985031002**

**Dosen Pembimbing II**



**Ferdiansyah Rivai, S.IP., MA**

**NIP.198904112019031013**

**Kepala Jurusan Ilmu Hubungan Internasional**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Sriwijaya**



**Sofyan Effendi, S.IP., MSi**

**NIP. 197705122003121003**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Pemerintah Indonesia Dalam Optimalisasi MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*) Untuk Menarik Wisatawan Mancanegara” yang merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana dalam bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Sriwijaya. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan hingga pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Zulfikri Suleman, MA dan Ferdiansyah Rivai, S.IP., MA, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini serta Gunawan Lestari Elake, S.IP., MA dan Muhammad Yusuf Abror, S.IP., MA selaku dosen penguji di seminar proposal dan ujian komprehensif yang telah memberikan masukan dan saran skripsi saya. Terima kasih atas pembelajaran akademik dan pengalaman-pengalamannya yang berharga. Mohon maaf apabila terdapat perbuatan atau perkataan yang tidak berkenan baik yang di sengaja maupun tidak sengaja. Semoga kebaikan para dosen sekalian menjadi ladang pahala dan kebahagiaan;
2. Para pihak yang telah banyak membantu dalam usaha memberikan data yang saya perlukan yaitu Eni Komiarti selaku Kepala Tata Usaha Deputi Bidang Produk Wisata dan Penyelenggara Kegiatan (*Events*) Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif;
3. Papa dan Mama yang telah memberikan pengertian dan dukungan baik secara material dan moral. Terima kasih karena sudah menunggu dengan ikhlas hingga akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini. Terima kasih atas segala jerih payah sudah dilakukan untuk saya, kasih sayang, dukungan, serta doa-doa yang selalu dipanjatkan



untuk saya. Mohon maaf dari lubuk hati yang paling dalam jika selama ini telah mengecewakan dan selalu menyusahkan. Semoga Papa dan Mama diberikan kesehatan dan selalu dalam perlindungan Allah SWT;

4. Staff Jurusan yaitu Mbak Sisca dan Kak Dimas yang telah banyak membantu dan selalu kami reportkan selama ini, terima kasih telah memberikan saran dan masukannya dan membantu saya dalam segala urusan administrasi yang diperlukan dengan cepat dan tanggap, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian dengan pahala dan kebahagiaan;
5. Untuk orang-orang yang belum disebutkan dan tidak mungkin untuk disebutkan satu per satu. Penulis mengucapkan terima kasih atas semuanya karena berkat peran dari kalian semua, penulis dapat menjadi pribadi yang lebih baik lagi. Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan dari semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang ilmu hubungan internasional.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Namun, terselip sedikit harapan semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua. Aamiin

Palembang, 2 Januari 2023

Della Anwaryani Putri

07041181621028

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>INTISARI.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Objektif .....	7
1.3.2 Tujuan Subjektif.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Penelitian Teoritis .....	7
1.4.2 Manfaat Penelitian Praktis.....	8
1.5 Tinjauan Pustaka .....	8
1.6 Kerangka Konsep .....	12
1.6.1 MICE .....	12
1.7 Alur Pemikiran .....	14
1.8 Argumen Utama .....	14
1.9 Metode Penelitian.....	15
1.9.1 Desain Penelitian .....	15
1.9.2 Definisi Konsep.....	15
1.10 Fokus Penelitian .....	16
<b>BAB II GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>18</b>
2.1 Perkembangan MICE di Indonesia .....	18
2.2 Kawasan MICE di Indonesia.....	21
2.3 Potensi MICE di Indonesia .....	22

<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>27</b>
3.1 Strategi Pemerintah Indonesia dalam Optimalisasi MICE.....	27
3.1.1 Sarana menuju destinasi MICE .....	28
3.1.2 Destinasi Menarik.....	31
3.1.3 Keadaan Lingkungan.....	33
3.1.4 Citra Destinasi .....	36
3.1.5 Sumber Daya Manusia dan Dukungan <i>Stakeholder</i> .....	38
3.2 Tantangan Yang Dihadapi Dalam Optimalisasi Industri MICE.....	42
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>45</b>
4.1 Kesimpulan.....	45
4.2 Saran.....	46
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>48</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1. 1 Data Jumlah Pengunjung MICE.....	5
Tabel 1. 2 Tinjauan Pustaka.....	8
Tabel 1. 3 Fokus Penelitian.....	16

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu industri yang mendorong pertumbuhan sektor ekonomi paling cepat bagi negara-negara yang menjadi tujuan wisata. Kepariwisataan juga mencakup aktivitas yang berkaitan dengan pengusaha, objek hiburan dan bisnis terkait lainnya. Untuk meningkatkan minat wisatawan yang terus bertambah dengan mendukung pengembangan tempat rekreasi dan daya tarik wisata baru, dapat dipadukan dengan peningkatan jasa pariwisata dan badan usaha, seperti biro perjalanan, jasa konvensi, alokasi akomodasi dan alokasi wisata akan bekerja di samping meningkatkan wisatawan (Ekawati, 2011).

Perkembangan pariwisata di Indonesia memang telah menuai banyak pujian dan apresiasi dari dunia internasional. Potensi pariwisata Indonesia yang disebabkan keindahan dan keberagaman alam serta budaya yang menarik para wisatawan mancanegara berkunjung ke Indonesia. (Kusuma, 2019). Selain itu, pariwisata menjadi sektor penting dalam penyumbang devisa bagi ekonomi daerah dan negara penyelenggara. Hal ini menjadikan persaingan yang semakin intensif antara negara-negara tujuan untuk mengadakan *event* MICE dinegaranya (Kim A. S., 2009).

MICE ialah kependekan dari kata *Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*. MICE merupakan aktivitas wisata yang direncanakan dengan persiapan yang mendetail oleh kumpulan orang yang mempunyai tujuan yang sama untuk menyelenggarakan kegiatan tersebut. MICE merupakan

salah satu upaya yang benar-benar prospektif akan tetapi, industri ini masih tergolong baru di masyarakat Indonesia karena belum mempunyai peminat sebanyak bisnis lainnya. Menurut Pendit (1999:25), MICE didefinisikan sebagai wisata konferensi dengan batasan: perusahaan yang menyediakan jasa konferensi, wisata intensif dan pameran. Seperti perusahaan yang bisnisnya menyediakan layanan bagi sekelompok orang (negarawan, pengusaha, intelektual, dan lain-lain.) untuk bertemu guna membahas topik yang menjadi kepentingan bersama. Menurut Kesrul (2004:3), MICE adalah kegiatan pariwisata yang kegiatannya terdiri dari gabungan antara waktu luang dan kehidupan bisnis, biasanya melibatkan sekelompok orang, rangkaian kegiatan berupa pertemuan, perjalanan insentif, pertemuan tahunan, kongres dan konferensi. dan pameran (Twisbless, 2019).

Sejarah awal dari industri pertemuan dapat ditelusuri kembali ke Eropa dan Amerika Utara. Dalam perkembangannya pada abad ke -19, Universitas di Eropa dan Amerika memiliki kebutuhan yang semakin besar untuk berbagi informasi di kalangan akademis, yang menyebabkan semakin banyak pertemuan dan juga menciptakan kebutuhan akan ruang publik yang lebih besar untuk saling bertukar pendapat. Disaat yang bersamaan dengan pengembangan kereta api, hotel juga dibuka di stasiun kereta api besar. Banyak dari hotel-hotel ini juga memiliki kamar tujuan khusus untuk disewa. Selain acara yang berkaitan dengan promosi produk, pertemuan tahunan dewan pengurus dan pertemuan pakar, acara baru muncul pada awal abad ke -20, termasuk pendidikan yang lebih baik bagi orang-orang

yang terlibat dalam organisasi, terutama bagi mereka yang terlibat dalam penjualan (Milic, 2010).

Industri MICE di Indonesia sebenarnya memiliki sejarah panjang, dimulai dari memperjuangkan kemerdekaan Indonesia yang beberapa kali melakukan konferensi dan kongres. Indonesia berperan aktif dan turut berkontribusi untuk perdamaian dunia dan terselenggaranya konferensi-konferensi. Salah satu tonggak awal perkembangan MICE di Indonesia adalah terselenggaranya PATA *Travel fair* dan *Global Climate Change* pada tahun 2010. Dilanjutkan dengan diselenggarakannya beberapa event penting pada tahun 2013, yaitu KKT *Asia Pasific Economic Cooperation* (APEC) dan Ajang pencarian *Miss World* dan disambung dengan KTT *World Trade Organization* (Prayudi, 2011).

Industri MICE tumbuh dengan baik di Indonesia, pada tahun 2010 pemerintah menetapkan 10 destinasi MICE yaitu Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Bali, Medan, Padang/Bukit Tinggi, Batam, Makassar dan Manado. Tiga kota yang memungkinkan adalah Palembang, Lombok, dan Balikpapan. Namun, perkembangan industri MICE tidak hanya terbatas pada kota-kota tersebut saja, melainkan seluruh kota di Indonesia. Tugas pemerintah daerah sangat penting dalam pengembangan industri MICE, untuk mendorong peningkatan promosi dan penjualan terpadu yang berkesinambungan dalam pengembangan industri pariwisata Indonesia. Sehingga intensi ini akan berdampak langsung pada pengaruh beberapa faktor, baik dari segi ekonomi, bisnis, industri dan citra publik, secara nasional maupun internasional (Pratiwi, 2014).

Dibandingkan turis yang datang ke Indonesia untuk tujuan wisata, pengeluaran mereka hanya sekitar US\$400 untuk 7 sampai 12 hari. Oleh karena itu, pembelanjaan peserta MICE juga membawa pasangan apalagi keluarga, akan berdampak pada pengeluaran peserta dalam mengikuti kegiatan tersebut bertambah besar (Prayudi, 2011).

Industri unggulan MICE juga dapat menghasilkan pendapatan negara yang besar (devisa). Bidang ini juga bisa digunakan menjadi patokan perkembangan ekonomi, kemudian sebagai satu negara penyelenggara termasuk Indonesia memerlukan infrastruktur yang memadai dan juga Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas. Disisi lain pengembangan MICE memiliki keunggulan jika dijalankan dengan baik dalam sektor kepariwisataan di Indonesia yaitu, dapat menambah devisa negara, mendukung potensi setiap daerah yang menjadi tujuan wisata MICE dan mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif yang ada di Indonesia (Warta Ekspor, 2011). Akan tetapi data menurut ICCA (*International Congress and Convention Association*) kedudukan Indonesia sebagai negara destinasi MICE masih bisa dibilang sangat tertinggal. Indonesia berada di posisi 40an dari 94 negara anggota ICCA lainnya.

Data jumlah pengunjung MICE dinegara-negara Asia Tenggara tujuan MICE dari tahun 2016-2019.



*Tabel 1. 1*  
*Data Jumlah Pengunjung MICE*

Negara	2016	2017	2018	2019
Thailand	74.390	65.711	70.892	74.603
Singapura	61.294	83.762	69.261	61.359
Malaysia	45.721	49.306	62.271	53.771
Indonesia	41.350	30.268	44.445	37.874

Sumber : (International Congress and Convention Association)

Terdapat alasan pemilihan judul ini karena Indonesia sangat kaya akan keindahan alam, namun Indonesia masih tertinggal dengan negara- negara Asia Tenggara lainnya dalam kunjungan wisatawan mancanegara. Perkembangan MICE di Indonesia mempunyai kapasitas yang baik, namun dalam pelaksanaannya masih ditemukan hambatan yaitu masih minimnya pengetahuan tentang MICE dikalangan masyarakat akan pentingnya MICE, kurangnya promosi, kurangnya *database* MICE secara *online* maupun *offline*, dan masih terbatasnya layanan kenyamanan dan dukungan untuk operasional MICE. Dalam Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tahun 2020-2024 menciptakan strategi pariwisata produktif dan strategi ekonomi kreatif yang berfokus pada pasar potensial, strategi pemasaran pariwisata yang bekerja di ceruk pasar pariwisata internasional *high-end*, yaitu pariwisata mata menghabiskan banyak biaya untuk atraksi wisata. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan nilai *event* pariwisata dibandingkan dengan jumlah atau volume kunjungan wisatawan. Rencana ini dilaksanakan dengan mensosialisasikan *Meetings, Incentives,*

*Conferences and Exhibitions* (MICE) bagi wisatawan domestik dan mancanegara.

Disisi lain, kondisi belakangan ini yang berubah seiring adanya pandemi COVID-19 yang sangat berpengaruh dengan industri MICE. Adanya pandemi berdampak terhadap penyesuaian dalam penyelenggaraan pertemuan internasional yang akan diselenggarakan. Kawasan Asia Pasifik tercatat sebagai kawasan yang paling terdampak akibat adanya pandemi ini. Mengikuti protokol kesehatan di setiap destinasi wisata yang ada menjadi suatu keharusan dimasa normal baru agar penyebaran virus tidak meluas.

Menurut pemaparan diatas, Indonesia sebagai negara yang memiliki potensi yang sangat luar biasa dalam menyelenggaraan MICE dan telah memiliki banyak pengalaman dalam industri ini nampaknya belum dapat dimaksimalkan sehingga indeks penyelenggaraan MICE Indonesia menurut ICCA masih tergolong rendah apalagi dibandingkan dengan negara tetangga. Maka dari itu, dalam penelitian ini penulis akan menganalisis bagaimana strategi pemerintah Indonesia dalam mengoptimisasi MICE untuk menarik wisatawan mancanegara untuk melaksanakan kegiatan MICE di Indonesia.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Setelah melalui pemaparan latar belakang penulisan makalah ilmiah ini, maka dapat disimpulkan suatu rumusan masalah proposal skripsi dengan judul: ***“Bagaimana Strategi Pemerintah Indonesia dalam Optimalisasi MICE untuk Menarik Wisatawan Mancanegara ?”***.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Objektif**

Menganalisis rumusan masalah, maka dapat ditentukan tujuan objektif penelitian ini untuk mengetahui hambatan apa saja yang dihadapi pemerintah Indonesia dalam pengembangan MICE. Untuk menganalisis strategi pemerintah Indonesia apakah akan berhasil dalam menarik wisatawan mancanegara melalui optimalisasi MICE yang dapat dikatakan belum populer dibanding negara-negara Asia Tenggara lainnya yang menjadi tujuan diselenggarakannya MICE.

#### **1.3.2 Tujuan Subjektif**

- a. Tujuan akademis penulisan skripsi ini dilakukan guna memperoleh gelar sarjana dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
- b. Untuk menambah referensi penelitian sejenisnya, ilmu pengetahuan Hubungan Internasional, dan memperkaya perpustakaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
- c. Untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama bangku kuliah dengan harapan berkontribusi untuk perkembangan isu Hubungan Internasional.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Penelitian Teoritis**

Ditinjau dari perspektif teoritis, proposal skripsi ini memiliki beberapa manfaat terhadap kebaruan Ilmu Hubungan Internasional khususnya mengenai strategi pemerintah Indonesia dalam menarik wisatawan

mancanegara dalam optimalisasi MICE dapat dijadikan contoh tolak ukur negara-negara lain dalam optimalisasi konsep ini. Setelah melihat pasca pandemi, MICE memiliki konsep baru dan angin segar, sehingga penelitian ini dapat memperkaya literatur dalam bidang Ilmu Hubungan Internasional.

#### 1.4.2 Manfaat Penelitian Praktis

- a. Manfaat lainnya adalah penulisan proposal skripsi ini menjadi wadah penulis untuk mengungkapkan pemikiran yang terstruktur, kritis, dan melatih *problem solving* khususnya pada isu strategi pemerintah dalam optimalisasi MICE untuk meningkatkan daya tarik wisatawan mancanegara.
- b. Penelitian ini dapat memberikan manfaat terhadap Pemerintah Indonesia terkait strategi dalam pengoptimalisasi MICE sebagai daya tarik wisatawan mancanegara.

#### 1.5 Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini, penulis memasukan beberapa judul penelitian terdahulu sebagai acuan, penyempurnaan ilmu pengetahuan, dan digunakan untuk perbandingan hasil penelitian:

*Tabel 1. 2  
Tinjauan Pustaka*

No.	Penelitian Terdahulu	Keterangan
1.	Nama Penulis	Chusu Syarifa Diah Kusuma
	Judul	MICE-Masa Depan Bisnis Pariwisata Indonesia
	Nama Jurnal	Jurnal Efisiensi
	Tahun	2019

	Hasil Penelitian	Penelitian ini mengkaji tentang industri MICE yang berpotensi dan berguna bagi Indonesia. Event MICE di Indonesia memberikan manfaat bagi perkembangan industri pariwisata Indonesia, menjadikan industri tersebut sebagai masa depan pariwisata Indonesia.
	Perbandingan	Pada jurnal tersebut membahas bagaimana MICE yang berpotensi sebagai masa depan pariwisata sedangkan penelitian yang dilakukan penulis mengenai strategi pemerintah Indonesia dalam menarik wisatawan mancanegara melalui optimalisasi MICE.
2.	Nama Penulis	Heri Setyawan
	Judul	Daya Saing Destinasi MICE di Indonesia
	Nama Jurnal	Jurnal Pariwisata Terapan
	Tahun	2019
	Hasil Penelitian	Penelitian ini menganalisis daya saing MICE Indonesia dengan negara-negara Asia Tenggara lainnya yang menjadi tujuan wisata industri MICE.
	Perbandingan	Pada jurnal tersebut membahas tentang

		<p>cara meningkatkan daya saing destinasi MICE Indonesia sedangkan penelitian yang dilakukan penulis mengenai strategi pemerintah Indonesia dalam menarik wisatawan mancanegara melalui optimalisasi MICE.</p>
3.	Nama Penulis	Zaeri Febrianur
	Judul	Dampak <i>City Branding Enjoy Jakarta &amp; YourSingapore</i> Terhadap Perkembangan MICE.
	Nama Jurnal	eJournal Ilmu Hubungan Internasional
	Tahun	2018
	Hasil Penelitian	Penelitian ini menganalisis tentang <i>city branding</i> yang dilakukan oleh kota Jakarta dan Singapura dengan mengangkat konsep yang berbeda dalam perkembangan MICE di dua kota tersebut.
	Perbandingan	Pada jurnal tersebut membahas tentang lokasi penelitian yaitu dua Ibu Kota masing-masing negara antara Jakarta dan Singapura dengan mengangkat konsep yang berbeda sesuai dengan kondisi masing-masing lokasi penyelenggaraan

		MICE sedangkan penelitian yang dilakukan penulis mengenai strategi pemerintah Indonesia dalam menarik wisatawan mancanegara melalui optimalisasi MICE.
4.	Nama penulis	Hassnah Wee
	Judul	<i>Key success factors toward MICE industry: A systematic literature review</i>
	Nama Jurnal	<i>Journal of Tourism, Hospitality &amp; Culinary Arts</i> <i>Journal of Tourism, Hospitality &amp; Culinary Arts</i> <i>Journal of Tourism, Hospitality &amp; Culinary Arts (JTHCA)</i>
	Tahun	2020
	Hasil Penelitian	Penelitian ini menganalisis tentang badan dan organisasi pemerintah Malaysia yang berencana untuk meningkatkan MICE di Malaysia akan mendapat manfaat yang signifikan dari terselenggaranya MICE di Malaysia.
	Perbandingan	Pada jurnal tersebut membahas bagaimana pemerintah Malaysia ingin mengembangkan MICE di Malaysia

		<p>sedangkan penelitian yang dilakukan penulis mengenai strategi pemerintah Indonesia dalam menarik wisatawan mancanegara melalui optimalisasi MICE.</p>
--	--	--

## 1.6 Kerangka Konsep

### 1.6.1 MICE

Defenisi daerah tujuan wisata menurut WTO (*The World Tourism Organization*) adalah tempat dimana pengunjung menginap sekurang-kurangnya semalam dan termasuk dalam komoditas pariwisata yang mendukung jasa penunjang dan daya tarik wisata serta properti, dengan memiliki lahan yang luas baik secara fisik ataupun struktural memperlihatkan citra dan pemahaman persaingan pasar.

Para pengunjung yang tiba di suatu destinasi dapat dibagi menjadi dua kelompok, yang pertama adalah pelancong bisnis (*business visitors*). Tipe *business traveller* meliputi mereka yang datang untuk keperluan pertemuan, konferensi/*meeting* atau *exhibition* atau yang lebih dikenal sebagai wisatawan MICE. Tipe kedua meliputi pengunjung untuk tujuan non-bisnis, melingkupi para wisatawan yang datang untuk berlibur menikmati keelokan, karakter destinasi dan wisatawan yang berkunjung ke sanak saudara dan teman (Dr. Bambang Supriadi, 2017).

Sebuah destinasi memiliki beberapa kriteria untuk dapat dinyatakan destinasi pariwisata, pengembangan mengenai destinasi pariwisata yang pada intinya mengandung tujuan yang sama bahwa kerangka pengembangan



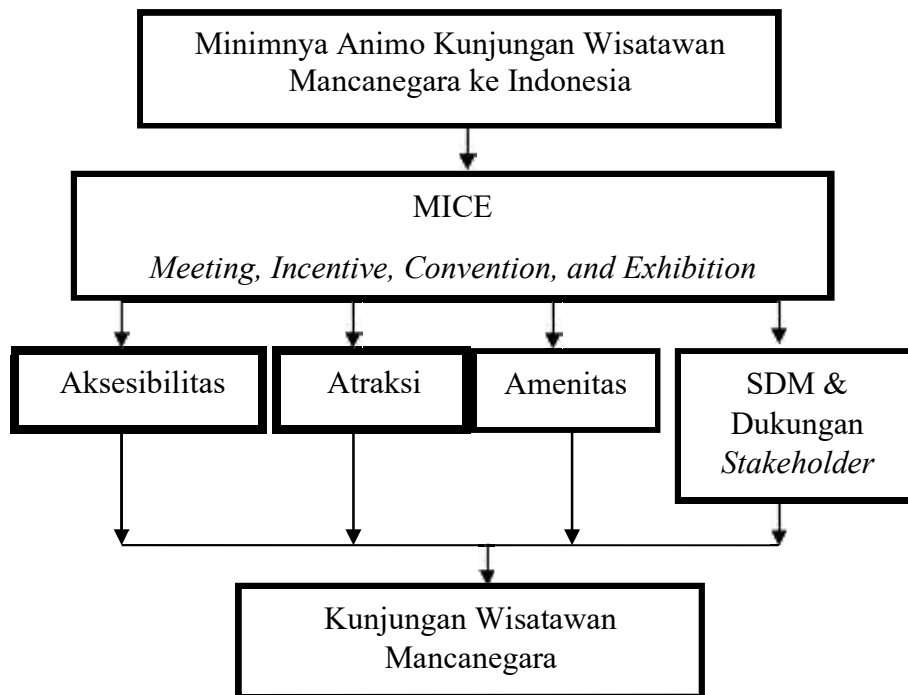
destinasi pariwisata yang paling tidak harus mencakupi komponen-komponen utama, berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata No. 5 Tahun 2017 komponen utama pengembangan destinasi MICE ialah sebagai berikut :

- a. Aksesibilitas MICE adalah segala macam fasilitas dan pendukung yang memudahkan akses dari luar ke lokasi MICE secara cepat dan mudah, baik untuk pergerakan orang maupun barang, termasuk pergerakan di dalam wilayah lokasi MICE itu sendiri. Pengembangan akses MICE merupakan langkah untuk fasilitas dan sarana dari dan ke tempat-tempat MICE.
- b. Atraksi (Daya Tarik) MICE, merupakan daya tarik yang dapat menarik minat wisatawan MICE untuk mengunjungi lokasi MICE atau seberapa jauh suatu destinasi dapat memberikan peluang pada aktivitas MICE dengan menggabungkan satu dimensi dengan dimensi lainnya.
- c. Amenitas MICE adalah sarana pendukung yang menyediakan kenyamanan bagi para pelancong MICE.
- d. Sumber Daya Manusia dan Dukungan *Stakeholder* MICE, merupakan tenaga fungsionalis yang kegiatannya berhubungan secara langsung dan tidak langsung dengan kegiatan MICE.

Prospek masa depan MICE Indonesia semakin lebih baik. Kecenderungan pertemuan industri dunia masih positif, karena sebagian besar kegiatan MICE (*ICCA, International Congress and Congress Association*) berlangsung. Rangkaian program MICE di dalam negeri juga

menunjukkan perkembangan yang memuaskan tidak hanya di dunia bisnis, asosiasi dan pendidikan, tetapi juga pemerintah dan partai politik baik nasional maupun internasional. Hal ini terlihat dari meningkatnya permintaan patronasi dari berbagai pihak kepada pemerintah terkait dengan penyelenggaraan MICE dalam hal pembelian, promosi, penguatan delegasi, kunjungan dan pengayaan program (Ahmad Rimba Dirgantara, 2020).

### 1.7 Alur Pemikiran



Bagan 1.1 Alur Pemikiran

### 1.8 Argumen Utama

Indonesia menjadi destinasi yang mulai dilirik oleh pasar MICE untuk menyelenggarakan *event* akan tetapi ada beberapa pertimbangan. Pertama, pihak pemerintah pusat dan daerah perlu memfokuskan dan menyempurnakan penataan infrastruktur seperti transportasi dan *Tourist*

*Attractions* yang berkualitas agar dapat menarik wisatawan mancanegara. MICE memiliki keunggulan jika dijalankan dengan baik dalam sektor kepariwisataan di Indonesia yaitu, dapat menambah devisa negara, mendukung potensi setiap daerah yang menjadi tujuan wisata MICE dan mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif yang ada di Indonesia.

## **1.9 Metode Penelitian**

### **1.9.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif sebagai desain penelitian dengan memakai fenomena yang terjadi untuk mengidentifikasi apa saja strategi pemerintah Indonesia dalam optimisasi MICE.

### **1.9.2 Definisi Konsep**

1. Menurut Marrus dalam “Manajemen Strategi” menyebutkan bahwa strategi dapat didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang suatu badan atau organisasi disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai (K, 2002).
2. Menurut M. Kesrul dalam “Penyelenggaraan Operasi Perjalanan Wisata” menyebutkan bahwa MICE merupakan 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* (Dr. Bambang Supriadi, 2017).

## 1.10 Fokus Penelitian

Fokus penelitian yang akan digunakan oleh peneliti adalah sebagai

berikut :

*Tabel 1. 3*  
*Fokus Penelitian*

Variabel	Dimensi	Indikator	Deskripsi
Strategi Pemerintah Indonesia dalam Optimalisasi MICE	Aksesibilitas	Sarana menuju destinasi MICE	Mudah diakses dari luar ke lokasi MICE baik untuk arus orang maupun barang. Akses dapat dicapai menempuh jalur darat, udara maupun laut.
		Destinasi Menarik	Kawasan yang dapat menarik pengunjung.
	Amenitas	Keadaan Lingkungan	Kriteria yang menyangkut informasi terkait dimensi iklim, situasi alam dan lingkungan yang menarik, dan keramahtamahan penduduknya
		Citra Destinasi	Informasi terkait reputasi destinasi serta usaha pemasaran destinasi yang dilakukan.

<p>Sumber Daya Manusia dan <i>Stakeholder</i></p>	<p>Sumber Daya Manusia &amp; Dukungan <i>Stakeholder</i></p>	<p>Memiliki SDM MICE yang memiliki nilai kompetitif dan memperoleh pengakuan kompetensi nasional serta internasional. Kesiapan terlihat dari keberadaan PCO, PEO, DMC, EO, dan pendukung lainnya seperti lembaga pendidikan bidang MICE. Serta, dorongan dari berbagai entitas, termasuk pemerintah kota, agen pemasaran destinasi dan beberapa ahli atau badan usaha dapat ditunjuk sebagai perwakilan (representatif) destinasi MICE untuk tempat- tempat tersebut.</p>
---	--	---

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Rimba Dirgantara, F. (2020). Pengembangan Destinasi Mice Kota Cirebon dalam Perspektif Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata* , 111-112.
- Albi A, J. S. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. sukabumi: CV Jejak.
- Anholt, S. (2013). Beyond the Nation Brand : The Role of Image and Identity in International relation. *The Journal of Public Diplomacy* , 3-4.
- Anholt, S. (2007). *Competitive Identity : The New Brand Management for Nation, Cities and Region*. Great Britain: Palgrave Macmillan.
- Ariefian, K. T. (2019, Februari 14). *Dinamika Peran Infrastruktur di Indonesia*. Diambil kembali dari Media Indonesia: <https://mediaindonesia.com/opini/216811/dinamika-peran-infrastruktur-di-indonesia#:~:text=Indonesia%20masih%20dalam%20proses%20pemuhan%20ketersediaan%20infrastrukturnya.%20Menurut,baru%20berada%20pada%2038%25%20dari%20PDB%20%28Bappenas%2C%202019%29>.
- ASITA. (t.thn.). Diambil kembali dari website <https://www.asita.id>
- Badan Statistik Nasional. (2019, Maret 11). *Transportasi*. Diambil kembali dari Transportasi: <https://www.bps.go.id/subject/17/transportasi.html#subjekViewTab3>
- Bangladesh: Information on the situation of Rohingya refugees*. (2001, Maret 28). Diambil kembali dari Refworld: <https://www.refworld.org/docid/3deccb113.html>
- Baranay, P. (2009). *Modern Economic Diplomacy*. Latvia: Publication of Diplomatic Economic Club.
- Barston, R. (1988). *Modern Diplomacy*. New York : Longman Inc.
- Bourbeau, P. (2011). *The Securitization of Migration: A Study of Movement and Order*. New York: Routledge.
- Chrisma, R. (2013). Multi-Track Diplomacy and Canada's Indigenous People. *Multi-Track Diplomacy and Canada's Indigenous People* , 14.
- Den. (2020). *Quality Tourism Experience Jadi Roadmap Pariwisata Indonesia 2020-2024*. Bandung: Indonesiatravel.news.
- Departemen Kebudayaan dan Pariwisata. (2009). *Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata*. Jakarta: Departemen Kebudayaan dan Pariwisata.
- Dr. Bambang Supriadi, S. ., (2017). *Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Malang: Universitas Negeri Malang.

- Ekawati, D. (2011). *Peran MICE Dalam Mendukung Perkembangan Industri Pariwisata di Surakarta*. Surakarta .
- G, W. (2016). Menelaah Politik Luar Negeri Indonesia dalam Menyikapi Isu Perdagangan Manusia. *Jurnal Penelitian Poltik* .
- H, K. (2011). *Sejarah Pariwisata dan Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hamidi. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian*. Malang: UMM Press.
- Handoko, T. H. (2006). *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Hardi A, M. K. (2017). Kebijakan Pemerintah Indonesia melalui Sekuritisasi Migrasi Pengungsi Rohingya di Aceh Tahun 2012-2015. *Indonesian Perspective* , 1-17 .
- Holsti, K. (1984). *International Politics, A Framework for Analysis*. New Delhi:: Prentice Hlm of India.
- Huberman, 8. d. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Sriwijaya Press.
- Human Security Unit, Human Security in Theory and Practice*. (2019, Januari 21). Diambil kembali dari United Nations Trust Fund for Human Security: <https://www.un.org/humansecurity/>
- Inskip, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York : Van Nostrand Reinblod.
- International Congress and Convention Association. *ICCA Statistics Report*. International Congress and Convention Association.
- Joseph S. Nye, J. (1990). *Soft Power*. Twentieth Anniversary.
- K, M. (2002). *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Press.
- kartikasari, T. W. (2007). *Diplomasi Kebudayaan Konsep Dan Relevansi*. Yogyakarta: Ombak.
- Kesrul, M. (2004). *Meeting Incentive Trip Conference Exhibition* . Yogyakarta: Ghara Ilmu.
- KFPI. (2010, march 10). *About KFPI*. Dipetik february 10, 2020, dari The Taste of Korean Hansik: <http://www.hansik.org>
- Kim, A. S. (2009). An Overview and Identification of Barriers Affecting the Meeting and Convention Industry in Thailand. *Journal of Convention & Event Tourism* , 185-210.

- Kim, R. (2011). South Korean Cultural Diplomacy and Efforts to Promote the ROK's Brand Image in The United State and Around The World . *Johns Hopkins School of Advanced International studies* , 124.
- Koswaraputra, D. (2019, Juli 12). *Bangladesh Bisa Tekan Myanmar Bayar Kejahatannya Atas Myanmar*. Dipetik Januari 25, 2020, dari AA: <https://www.aa.com.tr/id/berita-analisis/opini-bangladesh-bisa-tekan-myanmar-bayar-kejahatannya-atas-rohingya/1530036>
- Kusuma, C. S. (2019). MICE- MASA DEPAN BISNIS PARIWISATA INDONESIA. *Jurnal Efisiensi* , 1-2.
- Leonard, M. (2002). *Public Diplomacy*. London: London Foreign Policy Centre.
- Lipscomb, A. (2019, march). *The Yale of Review International Studies* . Dipetik february 10, 2020, dari Culinary Relations: Gastrodiplomacy in Thailand, South Korea, and Taiwan: <http://yris.yira.org/essays/3080>
- Marrus, K. (2002). *Desain Penelitian manajemen strategik*. jakarta: rajawali press.
- Melissen, S. J. (2011). *Public Diplomacy and Soft Power in East Asia*. New York: Palgrave Macmillan.
- Milic, M. (2010, Desember 15). *See Business Travel & Meetings*. Dipetik Juli 3, 2020, dari Sejarah dan perkembangan industri pertemuan: <https://www.seebtm.com/en/the-history-and-development-of-meetings-industry/>
- Mohsin, A. (2010). *Diplomasi* . Jakarta .
- Mulyani, F. N. (2020, Desember 7). *Wartatasik.com*. Diambil kembali dari MICE sebagai Pariwisata Bisnis di Masa Pandemi: <https://www.wartatasik.com/mice-sebagai-pariwisata-bisnis-di-masa-pandemi/#:~:text=MICE%20memiliki%20peran%20penting%20bagi%20pe,rekonomian%20dan%20pariwisata%2C,tersebut%20namun%20tetap%20ha,rus%20selalu%20memperhatikan%20protokol%20kesehatan.>
- Myanmar-The Rohingya Minority: Fundamental Rights Denied*. (2004, Mei 18). Diambil kembali dari Amnesty International: <https://www.amnesty.org/en/documents/ASA16/005/2004/en/>
- Noor, A. (2007). *Globalisasi Industri MICE*. Bandung : Alfabeta.
- Pemerintah Pusat. (2016, Maret 10). *Peraturan Presiden (PERPRES) tentang Bebas Visa Kunjungan*. Diambil kembali dari Peraturan Presiden (PERPRES): <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39891/perpres-no-21-tahun-2016>
- Pemerintah Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang Tentang Pariwisata*. Jakarta: BPK RI.



- Pendit, N. (1999). *Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Akademi Pariwisata Trisakti.
- Perlez, J. (2014, November 6). *The New York Times*. Diambil kembali dari Myanmar Policy's Message to Muslims : Get Out: <https://www.nytimes.com/2014/11/07/world/asia/rohingya-myanmar-rakhine-state-thailand-malaysia.html>
- Picard, M. R. (2006). Tourism, culture and sustainable development. *Culture and development section* .
- Pratama, F. (2017, September 8). *Dubes RI untuk Myanmar Buka-bukaan Soal Latar Belakang Krisis Rohingya*. Dipetik January 25, 2020, dari Detik News: <https://news.detik.com/berita/d-3633773/dubes-ri-untuk-myanmar-buka-bukaan-soal-latar-belakang-krisis-rohingya>
- Pratiwi, T. P. (2014). STRATEGI PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH, INVESTASI DAN PERTUMBUHAN EKONOMI KOTA SEMARANG MELALUI MICE. *Economics Development Analysis Journal* , 179.
- Prayudi, M. A. (2011). Bisnis MICE Sebagai Potensi Unggulan Pariwisata Di Yogyakarta. *Jurnal Sosiohumaniora* , 18-22.
- Quinn, C. a. (1999). *diagnosing and changing organizational culture Based on the*. Addison Wesley Mass:Reading.
- Rana. (2007). Economic Diplomacy: The Experience of Developing Countries. Dalam S. W. Nicholas Bayne, *The New Economic Diplomacy: Decision Making and Negotiation in International Economic Relations*. London.
- Reach Out Refugee Protection Training Project, UNHCR*. (2017, September 12). Diambil kembali dari The UN Refugee Agency: <https://www.unhcr.org/partners/projects/4371d8362/reach-refugee-protection-training-project-handouts-refugee-protection.html>
- Reuter. (2017, September 16). *Bangladesh Ancam Myanmar Terkait Pelanggaran Wilayah* . Diambil kembali dari CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/internasional/20170916111325-106-242159/bangladesh-ancam-myanmar-terkait-pelanggaran-wilayah>
- Rockower, P. (2011). Projecting taiwan : Taiwan's Public Diplomacy Outreach 47. *Taiwan, Taipei, institute of International Relations National Chengchi diplomacy* , 152.
- Rockower, P. (2012). Recipes for Gastrodiplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy* , 235-246.
- Rosenau, J. N. (1974). *Comparing Foreign Policy Theories Findings and Methods* . New York: Sage Publications.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

- Setiadi, A. A. (2017). Analisis Isi Implementasi Elemen Competitive Identity pada Nation Branding "Imagine your korea" di Facebook. *journal E-Komunikasi* , 4.
- Soekadjo, R. (2008). *Anatomi Pariwisata : memahami pariwisata sebagai "syste, linkage"*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Solichin, H. d. (t.thn.). *Jurnal Diplomasi Ekonomi Indonesia*.
- Spillane, J. J. (1987). *Pariwisata Indonesia : Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kamisius.
- Sudarnoto, W. (2015). Konflik dan Resolusi. *Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i* .
- Sudarnoto, W. (2015). Konflik dan Resolusi. *Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i* , Vol 2, No 1.
- Twisbless. (2019). *Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*. Dipetik Juni 2020, dari Meeting, Incentive, Convention, Exhibition: <http://www.twisbless.com/meeting-incentive-converence-exhibition/>
- Unik Desthiani, S. (2019). *MICE (MEETING, INCENTIVE, CONVENTION, EXHIBITION)*. Pamulang: UNPAM PRESS.
- Utama, I. G. (2015). POPULARITAS OBJEK WISATA DAN KEUNGGULAN PARIWISATA KABUPATEN/KOTA DI PROVINSI BALI. *Pariwisata* .
- W.McDonald, J. (2014). Multi-Track Diplomacy: A Positive Approach to Peace. 22.
- Warta Ekspor. (2011). Potensi Industri MICE Indonesia. *Potensi Industri MICE Indonesia* , 3-11.
- Wilson, E. J. (2008). *Hard Power, Smart Power, Smart Power*. The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science.
- Wilson, R. (2013). Cocina Peruana Para El Mundo: Gastrodiplomacy, The Culinary Nation Brand, and The Context of Nation Cuisine in Peru. *Syracus University* .
- Wuryandari, G. (2016). Menelaah Politik Luar Negeri Indonesia dalam Menyikapi Isu Perdagangan Manusia. *Jurnal Penelitian Poltik* .
- Yoeti, O. A. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata* . Bandung: Angkasa.