



MICE INDUSTRI PERHOTELAN:

# STRATEGI MEMBUKA PELUANG PASAR GLOBAL

Heru Suheryadi, Muhammad Hafizh, Catherine Nada Marantika,  
Julietta, Clarissa Virginia, Supelsan Ady, Celsi Tampubolon

# **MICE INDUSTRI PERHOTELAN: STRATEGI MEMBUKA PELUANG PASAR GLOBAL**

## **PENULIS**

Heru Suheryadi  
Muhammad Hafizh  
Catherine Nada Marantika  
Julietta  
Clarissa Virginia  
Supelsan Ady  
Celsi Tampubolon



# MICE INDUSTRI PERHOTELAN: STRATEGI MEMBUKA PELUANG PASAR GLOBAL

Copyright © PT Penamuda Media, 2025

**Penulis:**

Heru Suheryadi  
Muhammad Hafizh  
Catherine Nada Marantika  
Julietta  
Clarissa Virginia  
Supelsan Ady  
Celsi Tampubolon

**ISBN:** 9786347269201

**Penyunting dan Penata Letak:**

Tim PT Penamuda Media

**Desain Sampul:**

Tim PT Penamuda Media

**Penerbit:**

PT Penamuda Media

**Redaksi:**

Casa Sidoarum RT03 Ngentak, Sidoarum Godean Sleman Yogyakarta

Web: [www.penamudamedia.com](http://www.penamudamedia.com)

E-mail: [penamudamedia@gmail.com](mailto:penamudamedia@gmail.com)

Instagram: [@penamudamedia](https://www.instagram.com/penamudamedia)

WhatsApp: +6285700592256

Cetakan Pertama, Juni 2025

X + 123 halaman; 15 x 23 cm

Hak cipta dilindungi undang-undang  
Dilarang memperbanyak maupun mengedarkan buku dalam bentuk dan  
dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit maupun penulis

# DAFTAR ISI

<b>I.PENGERTIAN DAN PERKEMBANGAN MICE DALAM INDUSTRI PERHOTELAN .....</b>	<b>1</b>
A. Pengertian MICE.....	1
B.Sejarah dan Perkembangan MICE .....	15
<b>II.PERAN INDUSTRI PERHOTELAN DALAM Mendukung EVENT MICE.....</b>	<b>18</b>
A.Pentingnya Industri Perhotelan dalam Mendukung <i>Event</i> MICE.....	18
B.Dampak Ekonomi.....	23
<b>III. SEGMENTASI PASAR DALAM KONTEKS MICE DI DUNIA PERHOTELAN.....</b>	<b>27</b>
A.Segmentasi Pasar dalam Konteks MICE.....	27
B.Peran Tren Teknologi Terkini dalam MICE .....	32
C.Preferensi Pelanggan dan Perubahan Sikap dalam MICE.....	33
<b>IV. DESAIN DAN FASILITAS HOTEL UNTUK KEGIATAN MICE.....</b>	<b>36</b>
A.Pentingnya Desain dan Fasilitas dalam MICE.....	36
<b>V. PENGELOLAAN SUMBER DAYA MANUSIA UNTUK KEGIATAN MICE.....</b>	<b>45</b>
A.Perencanaan Sumber Daya Manusia.....	46
B.Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia ..	48
C.Koordinasi tim dan Kolaborasi .....	49
D.Manajemen kinerja dan Motivasi.....	50
E.Manajemen konflik dan Krisis .....	51
F.Peningkatan Layanan Pasca-Acara.....	52
G.Teknologi .....	54

<b>VI. STRATEGI PEMASARAN DAN BRANDING HOTEL UNTUK PASAR MICE .....</b>	<b>56</b>
A.Karakteristik Pasar MICE .....	57
B.Strategi Pemasaran untuk Pasar MICE .....	58
C.Strategi Branding Hotel untuk Pasar MICE .....	61
D.Strategi Penjualan untuk Pasar MICE.....	63
<b>VII. TEKNOLOGI DAN DIGITALISASI DALAM EVENT MICE DI HOTEL .....</b>	<b>66</b>
A.Peran Teknologi dalam Event MICE .....	67
B.Memanfaatkan Teknologi dalam Perencanaan dan Promosi .....	68
C.Inovasi dalam Pelaksanaan Acara .....	68
D.Peningkatan Kualitas MICE Melalui Teknologi.....	69
E.Profesionalisme dalam Industri MICE .....	69
F.Meningkatkan Daya Saing.....	70
G.Tantangan dan Kemungkinan di Masa Depan .....	71
<b>VIII. KEBERLANJUTAN DAN PRAKTIK RAMAH LINGKUNGAN DALAM KEGIATAN MICE .....</b>	<b>73</b>
A.Cara Menjaga Keberlanjutan Acara MICE.....	73
<b>IX. MANAJEMEN RESIKO DAN TANTANGAN DALAM PENYELENGGARAAN MICE .....</b>	<b>85</b>
A.Pentingnya Manajemen Risiko dalam MICE.....	85
B.Jenis Resiko dalam Penyelenggaraan MICE.....	86
C.Strategi Manajemen Resiko dalam MICE.....	87
D.Tantangan dalam Penyelenggaraan MICE.....	88
E.Studi Kasus: Manajemen Resiko dalam Acara MICE... ..	89
F.Rekomendasi untuk Penyelenggara MICE .....	90
G.Perkembangan Industri MICE di Masa Depan .....	91

<b>X. MICE SEBAGAI PELUANG EKSPANSI BISNIS HOTEL DI MASA DEPAN .....</b>	<b>93</b>
A. Sejarah dan Perkembangan MICE dalam Bisnis Hotel.	93
B. Integrasi MICE dalam Bisnis Hotel .....	94
C. MICE sebagai Peluang Ekspansi Bisnis Hotel di Masa Depan .....	95
D. MICE sebagai Sumber Pendapatan Hotel .....	100
E. Tantangan dalam Pemanfaatan MICE .....	102
F. Strategi Hotel untuk Memanfaatkan Peluang MICE ...	102
G. Rekomendasi untuk Masa Depan .....	103
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>105</b>
<b>GLOSARIUM.....</b>	<b>106</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>114</b>
<b>TENTANG PENULIS.....</b>	<b>119</b>

# PENDAHULUAN

Industri pariwisata global terus mengalami transformasi yang signifikan seiring dengan meningkatnya mobilitas manusia, perkembangan teknologi, serta perubahan preferensi wisatawan. Salah satu segmen yang menunjukkan pertumbuhan pesat dan strategis dalam industri ini adalah **MICE** (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*). Sebagai salah satu pendorong utama perjalanan bisnis dan profesional, MICE telah menjadi instrumen penting dalam memacu pertumbuhan ekonomi lokal, memperluas jejaring internasional, dan menciptakan dampak multiplikatif bagi sektor perhotelan, transportasi, kuliner, hingga ekonomi kreatif.

Dalam konteks industri perhotelan, MICE tidak hanya berfungsi sebagai penambah okupansi kamar, tetapi juga sebagai medium untuk meningkatkan positioning hotel di tingkat nasional maupun global. Hotel-hotel yang mampu menyediakan fasilitas MICE yang profesional, adaptif terhadap kebutuhan klien, serta berorientasi pada pelayanan berkelas internasional memiliki peluang besar untuk menjadi pemain utama dalam pasar global yang semakin kompetitif.

Namun, untuk dapat bersaing di kancah internasional, industri MICE perhotelan di Indonesia menghadapi berbagai tantangan, mulai dari keterbatasan infrastruktur, kurangnya SDM terlatih, rendahnya pemanfaatan teknologi digital, hingga belum optimalnya kolaborasi antara pemangku kepentingan. Di sisi lain, peluang terbuka lebar dengan meningkatnya kebutuhan akan

event berbasis pengalaman (experience-based events), berkembangnya konsep sustainable MICE, serta tren digitalisasi acara yang memperluas jangkauan pasar lintas batas.

Buku ini hadir untuk menjawab kebutuhan akan literatur akademik-praktis yang dapat menjadi rujukan dalam memahami dinamika, tantangan, serta strategi pengembangan industri MICE dalam lingkup perhotelan. Dengan menggabungkan teori, data empiris, dan studi kasus aktual, buku ini diharapkan dapat memberikan wawasan strategis bagi mahasiswa, akademisi, praktisi perhotelan, serta pengambil kebijakan dalam merumuskan langkah-langkah konkret guna membuka peluang pasar global melalui penguatan sektor MICE.





# PENGERTIAN DAN PERKEMBANGAN MICE DALAM INDUSTRI PERHOTELAN

## A. Pengertian MICE

MICE adalah sektor industrial yang merupakan kependekan dari *Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*, yang telah menjadi bagian dari industri pariwisata dan perhotelan itu sendiri sejak lama dan berfokus pada penyelenggaraan acara atau suatu kegiatan. Industri MICE sendiri dianggap sebagai salah satu sektor yang menjanjikan dan berpotensi luas karena sifatnya yang dinamis serta manfaatnya secara langsung maupun tidak langsung pada ekonomi.

Menurut Kesrul (2004), MICE sebagai suatu kegiatan kepariwisataan yang aktivitasnya merupakan perpaduan antara *leisure* dan *business*, biasanya melibatkan sekelompok orang secara bersama-sama, rangkaian kegiatannya dalam bentuk *meetings, incentive travels, conventions, congresses, conference* dan *exhibitions*. Dari sini bisa disimpulkan bahwa potensi dan

ruang lingkup MICE terbilang cukup luas karena tidak hanya terbatas pada agenda profesional (*business*), tapi juga bisa mencakup ranah hiburan (*leisure*).<sup>[1][1][1][1]</sup><sub>[SEP][SEP]</sub>

## **1. Meeting**

*Meeting* adalah istilah Bahasa Inggris yang berarti “Pertemuan” dalam Bahasa Indonesia. *Meeting* merupakan kegiatan formal maupun informal di mana sekelompok atau banyak orang berkumpul untuk membahas suatu topik yang menjadi agenda dari kegiatan itu sendiri. Menurut Baker, M. J., & Hart, S. (2008) dalam buku *The Marketing Book*, “*A meeting is a gathering of individuals to discuss, plan, or decide on specific issues, aiming to enhance collaboration and productivity.*” Yang dalam Bahasa Indonesia berarti, “Pertemuan adalah perkumpulan sekelompok individu untuk mendiskusikan, merencanakan, atau menentukan suatu isu spesifik, bertujuan untuk meningkatkan kolaborasi dan produktivitas.”<sup>[1][1][1][1]</sup><sub>[SEP][SEP]</sub>

Dari pengertian itu sendiri dapat kita ketahui bahwasannya *Meeting* atau pertemuan ini bermacam-macam bentuknya, yang kemudian bisa diklasifikasikan lagi menjadi beberapa jenis berdasarkan dari tujuan, skala, jenis peserta pertemuan, format atau media, durasi, hingga jenis acara.

### **1.1. Berdasarkan Tujuan**

- **Pertemuan Informasi (*Informational Meeting*)**

Pertemuan yang bertujuan untuk menyampaikan informasi tertentu kepada peserta

MICE INDUSTRI PERHOTELAN:

# STRATEGI MEMBUKA PELUANG PASAR GLOBAL

Buku MICE Industri Perhotelan: Strategi Membuka Peluang Pasar Global membahas secara komprehensif dinamika dan potensi sektor Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition (MICE) dalam industri perhotelan, baik dari perspektif lokal maupun global. Di tengah ketatnya persaingan pasar pariwisata dunia, industri MICE menjadi kekuatan strategis yang mampu mendorong peningkatan okupansi hotel, mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif, serta memperkuat posisi destinasi sebagai pusat kegiatan bisnis internasional.

Melalui pendekatan akademik dan praktis, buku ini mengulas strategi pengelolaan acara, tren digitalisasi MICE, kolaborasi lintas sektor, hingga pentingnya inovasi dalam pelayanan berbasis pengalaman. Selain itu, penulis juga menyoroti bagaimana hotel sebagai venue utama MICE dapat mengadopsi standar global, memperluas jaringan pasar, dan membangun daya saing berkelanjutan.

Buku ini ditujukan bagi mahasiswa, akademisi, pelaku industri perhotelan, serta pembuat kebijakan yang ingin memahami peran krusial industri MICE dalam membuka peluang pasar global dan memperkuat kontribusinya terhadap pembangunan pariwisata yang inklusif dan berdaya saing tinggi.



**Penamuda.com**

PT Penamuda Media  
Casa Sidoarum, Ngentak Godean  
penamuda\_media