

PENGARUH PARIWISATA MICE TERHADAP PEREKONOMIAN DAN *BRANDING* KOTA SOLO

Dian Deliana

Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Karanganyar

ARTICLE INFO

Article history:

Received: March 2025

Revised: March 2025

Accepted: March 2025

Available online

Korespondensi: Email:

delianadian@gmail.com



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

Abstrak

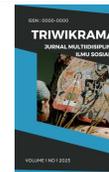
Pariwisata MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) telah menjadi salah satu sektor utama dalam strategi pengembangan Kota Solo sebagai destinasi wisata unggulan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak MICE terhadap perekonomian Kota Solo serta kontribusinya dalam *branding* kota sebagai destinasi wisata bisnis dan budaya. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi literatur dari berbagai penelitian terkait, penelitian ini menemukan bahwa MICE berkontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan daerah, penciptaan lapangan kerja, serta penguatan citra Solo sebagai pusat kebudayaan dan bisnis. Infrastruktur yang mendukung, kebijakan pemerintah, serta keterlibatan masyarakat menjadi faktor kunci dalam keberhasilan MICE di Kota Solo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyelenggaraan *event* MICE tidak hanya meningkatkan sektor perhotelan dan jasa, tetapi juga memberikan multiplier effect bagi sektor ekonomi lainnya. Dengan akselerasi industri MICE yang semakin berkembang di Indonesia, strategi yang berkelanjutan diperlukan untuk memperkuat posisi Solo sebagai kota MICE yang kompetitif di tingkat nasional maupun internasional.

Kata Kunci: Pariwisata MICE, Ekonomi, *Branding* Kota, Kota Solo, *Event* Marketing

Abstract

MICE tourism (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) has become one of the main sectors in Solo City's development strategy as a leading tourism destination. This study aims to analyze the impact of MICE on Solo City's economy and its contribution to city branding as a business and cultural tourism destination. Using a qualitative approach with literature studies from various related research, this study found that MICE significantly contributes to increasing regional income, job creation, and strengthening Solo's image as a cultural and business hub. Supporting infrastructure, government policies, and community involvement are key factors in the success of MICE in Solo. The findings show that MICE events not only boost the hospitality and service sectors but also provide a multiplier effect for other economic sectors. With the rapid acceleration of the MICE industry in Indonesia, a sustainable strategy is needed to strengthen Solo's position as a competitive MICE city at the national and international levels.

Keywords: MICE Tourism, Economy, *City branding*, Solo City, *Event* Marketing



PENDAHULUAN

Kota Solo telah lama dikenal sebagai pusat kebudayaan di Indonesia dan kini bertransformasi menjadi salah satu kota utama dalam industri MICE di Indonesia (Estika, 2022). Kota ini memiliki berbagai keunggulan yang menjadikannya destinasi unggulan bagi penyelenggaraan *event* MICE, mulai dari infrastruktur yang memadai, fasilitas pendukung yang berkembang, hingga keberagaman budaya yang menarik wisatawan domestik maupun internasional.

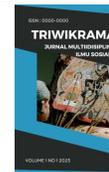
Sebagai salah satu destinasi utama industri MICE di Indonesia, Kota Solo terus meningkatkan daya saingnya dalam menarik wisatawan bisnis dan penyelenggara *event* internasional. Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan industri MICE di Solo mengalami pertumbuhan yang cukup pesat. Hal ini tidak terlepas dari upaya pemerintah daerah dalam memperkuat *branding* kota melalui berbagai *event* internasional, promosi pariwisata, serta investasi dalam infrastruktur.

Pemerintah Kota Solo telah berupaya mengembangkan sektor MICE dengan menyediakan berbagai fasilitas seperti hotel berbintang, pusat konvensi modern, serta kemudahan akses transportasi. Selain itu, pemerintah juga mendorong keterlibatan komunitas lokal dan sektor swasta untuk berkontribusi dalam industri ini. Hal ini dilakukan untuk menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif bagi penyelenggaraan *event* MICE yang lebih besar dan lebih berkualitas (Marhaeni, 2022).

Industri MICE memiliki dampak yang luas terhadap perekonomian daerah. Salah satu manfaat utamanya adalah peningkatan PDRB daerah melalui sektor pariwisata, perhotelan, restoran, serta industri kreatif yang terkait (Putri, 2020). Selain itu, penyelenggaraan *event* MICE juga berperan dalam meningkatkan daya serap tenaga kerja lokal, yang pada akhirnya berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat. Dengan semakin banyaknya *event* MICE yang digelar di Solo, permintaan terhadap tenaga kerja di sektor perhotelan, kuliner, transportasi, dan jasa lainnya pun semakin meningkat.

Selain memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, industri MICE juga berperan penting dalam membangun citra dan identitas Kota Solo sebagai kota bisnis dan kebudayaan. *Branding* kota menjadi elemen kunci dalam menarik minat wisatawan dan investor untuk datang ke Solo. Primasari (2018). mengungkapkan bahwa *city branding* "Spirit of Java" yang diusung oleh Kota Solo telah berhasil meningkatkan daya tarik wisata dan memperkuat posisi kota ini sebagai salah satu destinasi unggulan di Indonesia.

Dalam era digital, penggunaan media sosial dan teknologi informasi dalam promosi pariwisata MICE menjadi semakin penting. Menurut Muslimah (2023), media sosial telah berperan dalam meningkatkan daya tarik Kota Solo sebagai destinasi MICE dengan memperluas jangkauan promosi dan menarik lebih banyak wisatawan. Selain itu, pengembangan aplikasi berbasis teknologi seperti 'MICE Indonesia' juga telah menjadi alat penting dalam mempromosikan Solo sebagai kota tujuan utama bagi industri MICE (Azizah, 2018).



Lebih dari sekadar sebagai penggerak ekonomi, industri MICE di Kota Solo juga membentuk identitas kota yang semakin kuat sebagai pusat budaya dan bisnis. MICE tidak hanya berbicara dalam angka dan data ekonomi, tetapi juga mencerminkan bagaimana kota ini berkembang menjadi ruang yang dinamis, di mana profesional bertemu, ide-ide besar dirancang, dan jejaring bisnis terbentuk. Dengan berbagai keunggulan dan tantangan yang ada, Solo terus berusaha mengukuhkan posisinya sebagai destinasi MICE yang tidak hanya kompetitif di tingkat nasional, tetapi juga di tingkat global.

Meskipun Kota Solo memiliki berbagai keunggulan dalam industri MICE, tantangan tetap ada. Beberapa kendala yang masih perlu diatasi antara lain adalah keterbatasan kapasitas *venue* yang dapat menampung *event* berskala besar, keterbatasan SDM yang memiliki keterampilan khusus di industri MICE, serta persaingan dengan kota-kota besar lainnya di Indonesia seperti Jakarta, Bandung, dan Bali (Kusuma, 2019). Oleh karena itu, diperlukan strategi yang lebih inovatif dan berkelanjutan dalam meningkatkan daya saing industri MICE di Kota Solo.

Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah meningkatkan investasi dalam pembangunan infrastruktur MICE yang lebih modern dan berstandar internasional. Selain itu, peningkatan pelatihan bagi tenaga kerja lokal di sektor perhotelan, *event management*, dan jasa pariwisata juga menjadi langkah penting dalam memastikan kualitas layanan yang lebih baik bagi peserta *event* MICE. Di samping itu, kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan komunitas lokal juga dapat mendorong perkembangan industri ini secara lebih holistik dan berkelanjutan (Setyawan, 2018).

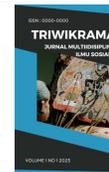
Dengan mempertimbangkan berbagai faktor tersebut, penelitian ini akan mengeksplorasi lebih lanjut mengenai pengaruh industri MICE terhadap perekonomian dan *branding* Kota Solo. Kajian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai peluang dan tantangan yang dihadapi oleh Kota Solo dalam mengembangkan sektor MICE serta memberikan rekomendasi yang relevan bagi para pemangku kepentingan dalam industri ini.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Industri MICE di Indonesia

Industri MICE di Indonesia berkembang pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan fasilitas pertemuan, insentif, konvensi, dan pameran. Menurut Marhaeni (2022), akselerasi industri MICE di Indonesia dipengaruhi oleh regulasi yang mendukung serta peran pemerintah dalam memperkuat sektor ini. Selain itu, daya saing industri MICE juga menjadi faktor utama dalam menentukan keberlanjutan sektor ini di Indonesia (Utomo, 2023).

Pemerintah Indonesia telah melakukan berbagai langkah strategis untuk meningkatkan industri MICE, salah satunya dengan membangun infrastruktur yang mendukung dan memperkenalkan berbagai kebijakan fiskal serta insentif bagi penyelenggara acara MICE. Kota-kota besar seperti Jakarta, Bali, dan Surabaya telah menjadi pusat kegiatan MICE



nasional. Kota Solo pun mengikuti tren ini dengan memperkuat daya saingnya sebagai destinasi MICE berbasis budaya (Primasari, 2018).

2. Dampak Ekonomi MICE

Sektor MICE memiliki dampak ekonomi yang signifikan, terutama dalam meningkatkan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Menurut Putri (2020), pariwisata memberikan kontribusi besar terhadap PDRB Kota Solo, khususnya melalui sektor perdagangan dan perhotelan. Selain itu, penyelenggaraan *event* MICE juga berkontribusi pada peningkatan pendapatan masyarakat dan penciptaan lapangan kerja (Lindiawati, 2022).

Penyelenggaraan acara MICE memberikan dampak yang luas bagi sektor-sektor lain, seperti industri transportasi, perhotelan, catering, dan jasa lainnya. Selain itu, kegiatan MICE mampu menciptakan efek berantai terhadap ekonomi lokal melalui penguatan bisnis UMKM dan sektor jasa yang terkait (Setyawan, 2018)

3. *City branding* dan Pariwisata MICE

City branding menjadi elemen penting dalam strategi pemasaran pariwisata MICE. Primasari (2018) menemukan bahwa citra "Spirit of Java" yang diusung oleh Kota Solo berhasil menarik wisatawan internasional. Selain itu, pemanfaatan media sosial dalam *city branding* juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya tarik wisatawan (Muslimah, 2023).

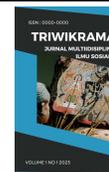
Dalam konteks globalisasi, promosi melalui platform digital menjadi aspek krusial dalam memperkenalkan potensi MICE di Kota Solo. *Digital marketing*, pemanfaatan media sosial, dan pengembangan aplikasi berbasis teknologi seperti 'MICE Indonesia' juga berperan penting dalam promosi dan akselerasi industri MICE (Azizah, 2018).

4. Tantangan dan Peluang MICE

Meskipun industri MICE memiliki potensi besar, beberapa tantangan masih harus diatasi. Faktor seperti keterbatasan kapasitas *venue* dan kurangnya SDM terlatih menjadi hambatan utama dalam pengembangan sektor ini (Kusuma, 2019). Namun, dengan strategi pemasaran yang kuat dan kolaborasi antara sektor pemerintah dan swasta, Solo memiliki peluang besar untuk terus berkembang sebagai pusat MICE nasional (Setyawan, 2018).

Tantangan lainnya adalah persaingan dengan destinasi MICE lainnya di Indonesia. Kota-kota seperti Bali dan Jakarta telah memiliki ekosistem MICE yang lebih mapan. Oleh karena itu, Solo harus mengembangkan keunikan tersendiri dengan memadukan konsep budaya dalam *event* MICE agar memiliki nilai lebih dibandingkan destinasi lain (Nurunnisa, 2022).

Selain itu, pandemi COVID-19 yang melanda dunia telah mengubah lanskap industri MICE. Dalam beberapa tahun terakhir, terjadi pergeseran dari *event* fisik ke *event* virtual atau *hybrid*. Hal ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi industri MICE di Solo untuk mengadopsi teknologi digital dalam penyelenggaraan acara (Sani, 2022). Dengan mempertimbangkan berbagai tantangan dan peluang tersebut, diperlukan strategi yang komprehensif dan berkelanjutan agar Kota Solo mampu terus bersaing dalam industri MICE baik di tingkat nasional maupun internasional.



METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk memahami pengaruh MICE terhadap perekonomian dan *branding* Kota Solo. Pendekatan ini dipilih karena memberikan fleksibilitas dalam menggali informasi dari berbagai sumber akademik dan data sekunder. Desain penelitian ini berbasis studi literatur yang berfokus pada analisis mendalam mengenai dampak industri MICE di Kota Solo. Studi ini mengkaji berbagai sumber akademik, laporan pemerintah, dan publikasi yang membahas aspek ekonomi, *city branding*, serta kebijakan pengembangan industri MICE.

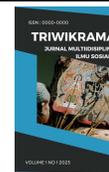
Data dalam penelitian ini diperoleh melalui metode studi pustaka, dengan sumber yang berasal dari jurnal ilmiah, buku, laporan industri pariwisata, serta dokumen resmi pemerintah yang berkaitan dengan pengembangan MICE di Indonesia, khususnya di Kota Solo. Selain itu, data sekunder seperti statistik wisatawan, jumlah *event* MICE, serta pendapatan daerah dari sektor ini turut dianalisis untuk memberikan gambaran lebih komprehensif mengenai perkembangan industri MICE.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup analisis dokumen, kajian literatur, serta studi kasus. Analisis dokumen dilakukan dengan mengkaji laporan pemerintah, jurnal akademik, dan publikasi resmi yang berkaitan dengan industri MICE. Kajian literatur bertujuan untuk menelaah studi-studi terdahulu mengenai dampak ekonomi MICE, strategi *branding* kota, serta tantangan dan peluang dalam industri ini. Sementara itu, studi kasus difokuskan pada Kota Solo sebagai contoh utama untuk memahami bagaimana industri MICE mempengaruhi pertumbuhan ekonomi lokal dan identitas kota.

Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan langkah-langkah sebagai berikut: pertama, dilakukan reduksi data dengan mengorganisir dan menyaring informasi yang relevan dari berbagai sumber akademik. Kedua, data disajikan dalam bentuk narasi yang menjelaskan dampak ekonomi, strategi *branding*, serta tantangan industri MICE di Kota Solo. Terakhir, dilakukan interpretasi data untuk mengidentifikasi tren, pola, serta rekomendasi kebijakan yang dapat diterapkan guna mengembangkan sektor MICE lebih lanjut.

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi dari berbagai sumber akademik dan laporan industri. Teknik ini dilakukan guna mendapatkan pemahaman yang lebih objektif dan mendalam mengenai pengaruh MICE di Kota Solo.

Penelitian ini memiliki beberapa batasan yang perlu diperhatikan. Pertama, penelitian ini terbatas pada data sekunder, karena tidak melakukan pengumpulan data primer melalui wawancara atau survei langsung kepada pelaku industri MICE. Kedua, fokus penelitian ini hanya pada Kota Solo, sehingga meskipun dapat memberikan wawasan bagi pengembangan MICE di kota lain, hasilnya lebih relevan untuk konteks Solo. Ketiga, studi ini sangat bergantung pada ketersediaan publikasi akademik dan laporan industri terbaru mengenai MICE di Indonesia, yang bisa mempengaruhi kelengkapan dan kedalaman analisis.



Dengan metode yang telah dijelaskan, penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan yang komprehensif mengenai peran industri MICE dalam meningkatkan perekonomian dan *branding* Kota Solo serta memberikan rekomendasi bagi pemangku kebijakan dan pelaku industri terkait.

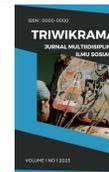
HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa industri MICE memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai sektor di Kota Solo, mulai dari peningkatan ekonomi hingga penguatan identitas kota sebagai destinasi unggulan. Sebagai salah satu sektor unggulan dalam industri pariwisata, MICE tidak hanya berkontribusi dalam menarik wisatawan bisnis tetapi juga menciptakan berbagai peluang ekonomi bagi masyarakat lokal. Dengan semakin meningkatnya jumlah *event* berskala nasional dan internasional yang diselenggarakan di Kota Solo, sektor perhotelan, kuliner, transportasi, dan jasa pendukung lainnya mengalami pertumbuhan yang signifikan. Hal ini sejalan dengan strategi pemerintah dalam menjadikan Solo sebagai kota yang ramah bagi penyelenggaraan *event* besar, didukung oleh infrastruktur yang terus berkembang dan daya tarik budaya yang khas. Oleh karena itu, kajian mengenai dampak MICE terhadap perekonomian dan *branding* kota menjadi semakin relevan, terutama dalam memahami sejauh mana industri ini mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan memperkuat citra Solo sebagai destinasi MICE unggulan di Indonesia. Secara lebih rinci, hasil dan pembahasan ini akan menguraikan beberapa aspek utama dari pengaruh MICE terhadap perekonomian dan *branding* Kota Solo.

1. Dampak MICE terhadap Perekonomian Kota Solo

Industri MICE memiliki dampak yang luas terhadap perekonomian Kota Solo, tidak hanya dari segi peningkatan jumlah wisatawan bisnis tetapi juga dari kontribusi langsung terhadap berbagai sektor industri pendukung. Salah satu dampak utama dari penyelenggaraan *event* MICE adalah peningkatan okupansi hotel, yang secara langsung mendorong pertumbuhan sektor perhotelan dan jasa pariwisata. Saat *event* skala besar berlangsung, hotel-hotel di Solo mencatat peningkatan tingkat hunian yang signifikan, terutama hotel berbintang yang menjadi pilihan utama peserta MICE. Selain itu, sektor restoran dan katering juga mengalami lonjakan permintaan karena peserta MICE membutuhkan layanan konsumsi selama acara berlangsung. Ini menciptakan peluang bagi bisnis lokal untuk menyediakan layanan makanan dan minuman berkualitas tinggi.

Selain sektor perhotelan dan kuliner, transportasi juga menjadi salah satu sektor yang terdampak positif oleh industri MICE. Peningkatan jumlah wisatawan bisnis selama periode penyelenggaraan *event* menyebabkan lonjakan penumpang pada berbagai moda transportasi, termasuk pesawat, kereta api, dan kendaraan sewa. Bandara Internasional Adi Soemarmo menjadi pintu gerbang utama bagi peserta MICE dari luar kota dan luar negeri, sementara Stasiun Solo Balapan dan terminal bus turut mengalami peningkatan aktivitas. Selain itu,



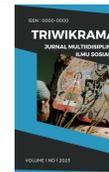
layanan transportasi daring dan taksi lokal juga mendapatkan manfaat dari meningkatnya jumlah pergerakan wisatawan di dalam kota.

Dari segi kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD), industri MICE juga memberikan dampak yang cukup besar melalui peningkatan pajak dari sektor perhotelan, restoran, dan hiburan. Data dari Dinas Pariwisata Kota Solo menunjukkan bahwa pajak daerah yang berasal dari industri pariwisata mengalami kenaikan sekitar 15-20% selama periode penyelenggaraan *event* MICE tahunan. Selain itu, UMKM lokal juga turut merasakan manfaat dari sektor ini, terutama pengusaha oleh-oleh dan souvenir yang sering menjadi pilihan bagi peserta MICE yang ingin membawa pulang cinderamata khas Solo. Meningkatnya permintaan terhadap produk lokal tidak hanya memberikan keuntungan bagi pelaku usaha kecil tetapi juga membantu memperkuat industri kreatif daerah.

Efek berantai dari industri MICE juga berdampak pada sektor tenaga kerja, di mana kebutuhan akan tenaga kerja di bidang perhotelan, catering, dan *event organizer* meningkat secara signifikan. Banyak pekerja pariwisata, baik yang bekerja di sektor formal maupun informal, mendapatkan manfaat ekonomi langsung dari penyelenggaraan *event* MICE. Dengan demikian, MICE bukan hanya berfungsi sebagai penggerak ekonomi makro tetapi juga sebagai instrumen pemerataan ekonomi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. MICE merupakan salah satu sektor yang berkontribusi besar terhadap ekonomi lokal dengan menciptakan peluang bisnis, meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, serta meningkatkan pendapatan daerah. Kota Solo sebagai tuan rumah berbagai *event* MICE mengalami pertumbuhan signifikan dalam sektor perhotelan, transportasi, dan kuliner. Hotel-hotel berbintang di Solo mencatat peningkatan okupansi saat *event* besar berlangsung, terutama pada pameran dan konferensi berskala nasional dan internasional. Selain itu, bisnis restoran dan industri kuliner mengalami lonjakan permintaan, karena peserta MICE membutuhkan layanan catering dan tempat makan selama acara berlangsung.

Peningkatan aktivitas MICE juga mempengaruhi sektor transportasi. Maskapai penerbangan, layanan kereta api, dan angkutan umum mengalami lonjakan penumpang saat *event* besar berlangsung. Keberadaan Bandara Internasional Adi Soemarmo menjadi keunggulan bagi Kota Solo dalam menarik *event* MICE berskala global, karena memudahkan akses bagi peserta internasional. Selain itu, stasiun kereta api Solo Balapan juga mengalami peningkatan jumlah penumpang, yang menunjukkan bahwa MICE turut memperkuat konektivitas antarwilayah.

Dari segi kontribusi terhadap pendapatan daerah, pajak hotel, restoran, dan pajak hiburan mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya kegiatan MICE. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Kota Solo, penerimaan pajak daerah dari sektor perhotelan meningkat sekitar 15-20% selama periode penyelenggaraan *event* MICE tahunan. Dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan bisnis, peredaran uang di sektor UMKM juga meningkat, karena peserta MICE kerap membeli oleh-oleh dan produk lokal sebagai cenderamata



2. MICE dan *Branding* Kota Solo sebagai Destinasi Wisata Bisnis

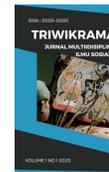
MICE memiliki peran strategis dalam membentuk citra Kota Solo sebagai destinasi wisata bisnis yang kompetitif di Indonesia. *Branding* kota menjadi elemen kunci dalam menarik lebih banyak penyelenggara *event* untuk memilih Solo sebagai lokasi kegiatan mereka. Pemerintah Kota Solo telah aktif dalam membangun *city branding* yang kuat dengan mengusung slogan "**Spirit of Java**", yang menekankan kekayaan budaya, sejarah, serta keramahan kota dalam menyelenggarakan berbagai acara nasional maupun internasional. *Branding* ini bertujuan untuk mengasosiasikan Solo dengan karakteristik uniknya sebagai kota budaya yang juga mampu menjadi pusat kegiatan bisnis dan pertemuan.

Strategi *branding* ini semakin diperkuat dengan keberhasilan Solo dalam menjadi tuan rumah berbagai *event* bergengsi, seperti ASEAN Tourism Forum, konferensi nasional di sektor ekonomi dan pendidikan, serta berbagai festival seni dan budaya berbasis MICE. Kehadiran *event-event* ini tidak hanya meningkatkan eksposur kota di tingkat nasional, tetapi juga memperkuat reputasi Solo sebagai kota yang mampu mengelola *event* skala besar dengan baik. Selain itu, penyelenggaraan acara-acara MICE yang berbasis budaya dan warisan sejarah, seperti festival batik dan pameran industri kreatif, turut menambah daya tarik Solo sebagai destinasi dengan keunikan tersendiri.

Selain *event* konvensional, perkembangan teknologi digital juga memberikan pengaruh besar terhadap *branding* Kota Solo sebagai destinasi MICE. Promosi digital melalui media sosial, *website* resmi pemerintah daerah, dan platform pemasaran pariwisata telah meningkatkan jangkauan promosi dan menarik minat penyelenggara *event* dari luar daerah maupun luar negeri. Kota Solo juga mulai mengadopsi tren *hybrid event*, yaitu kombinasi antara *event* fisik dan virtual, untuk menjangkau lebih banyak peserta dari berbagai belahan dunia.

Salah satu tantangan dalam *branding* Solo sebagai kota MICE adalah persaingan dengan destinasi lain seperti Jakarta, Bali, dan Yogyakarta yang telah lebih dahulu mengembangkan industri MICE dengan fasilitas lebih lengkap. Oleh karena itu, Solo perlu terus memperkuat daya saingnya dengan meningkatkan kualitas infrastruktur, memperluas kapasitas *venue*, serta mengembangkan sumber daya manusia yang kompeten dalam industri ini. Selain itu, kolaborasi antara pemerintah, pelaku bisnis, dan masyarakat lokal menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan *branding* kota sebagai destinasi wisata bisnis unggulan.

Dengan strategi *branding* yang terarah dan dukungan dari berbagai pihak, Solo memiliki peluang besar untuk terus berkembang sebagai kota yang tidak hanya dikenal sebagai pusat budaya, tetapi juga sebagai destinasi utama dalam industri MICE di Indonesia. Transformasi ini diharapkan dapat memberikan dampak jangka panjang bagi pertumbuhan ekonomi dan citra global Kota Solo di kancah internasional. Salah satu aspek penting dalam penelitian ini adalah bagaimana MICE membantu membentuk citra Kota Solo sebagai destinasi unggulan untuk wisata bisnis. *Branding* kota merupakan faktor krusial dalam



menarik lebih banyak penyelenggara *event* untuk memilih Solo sebagai lokasi kegiatan mereka. Pemerintah Kota Solo telah aktif melakukan *city branding* dengan mempromosikan slogan "**Spirit of Java**", yang menekankan kekayaan budaya dan keramahan kota dalam menyelenggarakan berbagai acara nasional maupun internasional.

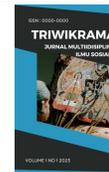
Strategi *branding* ini semakin diperkuat dengan keberhasilan Solo dalam menjadi tuan rumah berbagai *event* bergengsi, seperti ASEAN Tourism Forum dan berbagai festival seni dan budaya berbasis MICE. Kehadiran *event-event* ini tidak hanya meningkatkan eksposur kota di tingkat nasional, tetapi juga memperkuat reputasi Solo sebagai kota yang mampu mengelola *event* skala besar dengan baik. Dalam beberapa tahun terakhir, peningkatan citra Kota Solo sebagai destinasi MICE juga didorong oleh promosi digital melalui media sosial dan *website* resmi pemerintah daerah

3. Tantangan dalam Pengembangan MICE di Kota Solo

Meskipun industri MICE di Kota Solo telah menunjukkan pertumbuhan yang positif, masih terdapat berbagai tantangan yang perlu diatasi agar sektor ini dapat berkembang lebih optimal dan berkelanjutan. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan kapasitas *venue* yang tersedia untuk mengakomodasi *event* berskala besar. Saat ini, Solo memiliki beberapa *convention center* dan *ballroom* hotel yang mampu menampung peserta dalam jumlah tertentu, tetapi belum cukup untuk memenuhi kebutuhan *event* internasional dengan jumlah peserta yang lebih besar. Banyak penyelenggara *event* masih lebih memilih kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, dan Bali karena memiliki infrastruktur yang lebih memadai untuk kegiatan MICE berskala global.

Selain infrastruktur, keterbatasan sumber daya manusia (SDM) yang kompeten dalam industri MICE juga menjadi tantangan utama. Industri ini membutuhkan tenaga kerja dengan keterampilan khusus dalam bidang manajemen *event*, pelayanan perhotelan, pemasaran, serta pengelolaan acara berskala internasional. Sayangnya, belum banyak institusi pendidikan di Solo yang menyediakan pelatihan atau program studi khusus yang berfokus pada industri MICE. Akibatnya, tenaga kerja lokal sering kali harus bersaing dengan tenaga kerja dari kota lain yang lebih berpengalaman dalam menangani *event* berskala besar. Untuk mengatasi tantangan ini, perlu adanya kolaborasi antara pemerintah, perguruan tinggi, dan industri dalam menciptakan program pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Persaingan dengan kota-kota besar lain di Indonesia juga menjadi kendala yang cukup signifikan bagi perkembangan MICE di Solo. Kota-kota seperti Jakarta, Bali, dan Yogyakarta telah lebih dulu mengembangkan industri ini dengan fasilitas dan jaringan yang lebih kuat. Solo harus mampu menciptakan keunikan tersendiri dengan mengintegrasikan nilai budaya dan sejarahnya dalam setiap *event* yang diselenggarakan. Dengan menonjolkan keunggulan budaya dan tradisi Jawa, Solo dapat menarik lebih banyak penyelenggara *event* yang ingin mengadakan acara dengan nuansa yang lebih khas dan berbeda dari kota-kota lain.



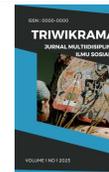
Selain itu, faktor promosi dan pemasaran juga menjadi tantangan dalam memperkenalkan Solo sebagai destinasi MICE unggulan. Pemerintah daerah masih perlu meningkatkan strategi pemasaran digital dan *branding* untuk menjangkau lebih banyak penyelenggara *event* di tingkat nasional maupun internasional. Pemanfaatan media sosial, *website* resmi, serta kerja sama dengan agen perjalanan dan platform digital global dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan eksposur Solo di dunia MICE.

Tantangan lainnya yang perlu diperhatikan adalah kesiapan infrastruktur pendukung seperti akses transportasi dan akomodasi. Meskipun Solo memiliki Bandara Internasional Adi Soemarmo dan jaringan kereta api yang cukup baik, jumlah penerbangan internasional langsung masih terbatas dibandingkan dengan kota besar lainnya di Indonesia. Perlu adanya pengembangan lebih lanjut dalam konektivitas transportasi agar Solo lebih mudah diakses oleh wisatawan bisnis dari luar negeri.

Dengan berbagai tantangan tersebut, diperlukan upaya kolaboratif antara pemerintah, sektor swasta, dan komunitas lokal untuk meningkatkan daya saing industri MICE di Kota Solo. Strategi yang lebih inovatif dan berkelanjutan, serta investasi dalam peningkatan fasilitas dan SDM, akan menjadi kunci utama dalam menjadikan Solo sebagai destinasi MICE yang lebih kompetitif di tingkat nasional maupun global. Meskipun MICE memberikan dampak positif bagi perekonomian dan *branding* kota, masih terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi agar industri ini dapat berkembang lebih optimal. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan kapasitas *venue* untuk mengakomodasi *event* berskala besar. Meskipun Solo memiliki beberapa *convention center* dan *ballroom* hotel, beberapa *event* berskala internasional membutuhkan kapasitas yang lebih besar dan fasilitas berstandar global.

Selain itu, kesiapan sumber daya manusia (SDM) dalam industri MICE juga menjadi faktor krusial. Pelatihan dan peningkatan kapasitas tenaga kerja dalam bidang manajemen *event*, pelayanan perhotelan, dan promosi digital masih perlu ditingkatkan agar standar layanan dalam industri ini semakin kompetitif. Kota Solo perlu bekerja sama dengan institusi pendidikan dan pelaku industri untuk menciptakan SDM yang kompeten dalam bidang MICE.

Tantangan lainnya adalah persaingan dengan kota-kota lain di Indonesia yang sudah lebih mapan dalam industri MICE, seperti Jakarta, Bali, dan Yogyakarta. Kota-kota ini telah memiliki infrastruktur MICE yang lebih lengkap serta memiliki daya tarik wisata yang tinggi. Oleh karena itu, Kota Solo perlu mengembangkan keunggulan kompetitifnya dengan memanfaatkan nilai budaya yang unik serta meningkatkan daya saing dalam pemasaran destinasi MICE.



4. Peluang Pengembangan MICE di Masa Depan

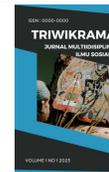
Meskipun terdapat berbagai tantangan, prospek industri MICE di Kota Solo sangat menjanjikan dan memiliki banyak peluang untuk terus berkembang. Salah satu faktor utama yang dapat mendukung pengembangan industri ini adalah peningkatan infrastruktur yang terus dilakukan oleh pemerintah daerah. Dalam beberapa tahun terakhir, Kota Solo telah melakukan berbagai proyek pengembangan, termasuk perbaikan akses transportasi seperti modernisasi Bandara Internasional Adi Soemarmo, peningkatan fasilitas di Stasiun Solo Balapan, serta perbaikan jaringan jalan untuk mendukung mobilitas wisatawan dan peserta MICE. Dengan infrastruktur yang semakin memadai, Kota Solo memiliki potensi besar untuk menarik lebih banyak *event* berskala nasional maupun internasional.

Selain infrastruktur fisik, digitalisasi juga menjadi faktor kunci dalam perkembangan industri MICE di masa depan. Tren digitalisasi yang semakin berkembang telah mendorong banyak penyelenggara *event* untuk mengadopsi konsep *hybrid event*, yang menggabungkan pertemuan fisik dan virtual. Hal ini memberikan kesempatan bagi Kota Solo untuk menjangkau lebih banyak peserta dari berbagai negara tanpa batasan geografis. Pemerintah Kota Solo dan para pelaku industri perlu memanfaatkan teknologi digital dalam promosi dan penyelenggaraan MICE, seperti penggunaan aplikasi berbasis AI untuk manajemen *event*, *live streaming*, serta pemasaran digital yang lebih agresif melalui media sosial dan platform berbasis data.

Di sisi lain, penguatan kemitraan antara pemerintah, sektor swasta, dan komunitas lokal juga menjadi peluang besar bagi pengembangan MICE di Kota Solo. Dengan menjalin kolaborasi yang erat, kota ini dapat lebih efektif dalam menarik investor serta meningkatkan kapasitas sumber daya manusia di sektor MICE. Program pelatihan dan sertifikasi bagi tenaga kerja di industri MICE perlu ditingkatkan agar mereka dapat bersaing dengan tenaga kerja dari kota-kota lain yang sudah lebih maju dalam industri ini. Universitas dan institusi pendidikan di Kota Solo juga memiliki peran penting dalam mencetak lulusan yang siap bekerja di sektor MICE melalui program akademik yang lebih berorientasi pada industri.

Keunikan budaya Kota Solo juga menjadi salah satu faktor unggulan dalam menarik lebih banyak *event* MICE ke kota ini. Dengan menggabungkan elemen budaya Jawa dalam konsep penyelenggaraan *event*, Kota Solo dapat menciptakan pengalaman yang berbeda dibandingkan dengan kota-kota lain. Misalnya, *gala dinner* dengan nuansa budaya Jawa, pertunjukan seni tradisional dalam pembukaan konferensi, hingga paket wisata budaya sebagai bagian dari program insentif bagi peserta MICE.

Dengan strategi yang tepat, penguatan *city branding*, serta dukungan dari berbagai pihak, Kota Solo memiliki peluang besar untuk terus tumbuh sebagai salah satu pusat MICE terkemuka di Indonesia. Industri MICE bukan hanya sebagai penggerak ekonomi, tetapi juga sebagai alat diplomasi budaya yang dapat meningkatkan daya saing Kota Solo di tingkat global. Meskipun terdapat berbagai tantangan, prospek industri MICE di Kota Solo sangat menjanjikan. Pemerintah daerah terus berupaya meningkatkan infrastruktur dengan



membangun fasilitas baru dan memperluas konektivitas transportasi. Selain itu, tren digitalisasi dalam industri MICE, seperti penggunaan platform virtual dan *hybrid event*, membuka peluang baru bagi Solo untuk menjangkau lebih banyak peserta tanpa batasan geografis.

Dengan strategi yang tepat, penguatan *city branding*, serta dukungan dari berbagai pihak, Kota Solo memiliki potensi besar untuk terus tumbuh sebagai salah satu pusat MICE terkemuka di Indonesia. Industri MICE bukan hanya sebagai penggerak ekonomi, tetapi juga sebagai alat diplomasi budaya yang dapat meningkatkan daya saing Kota Solo di tingkat global.

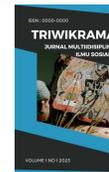
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Industri MICE memiliki peran yang sangat penting dalam perkembangan ekonomi dan *branding* Kota Solo. Berdasarkan berbagai temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa sektor MICE memberikan dampak yang luas, baik dari segi ekonomi, sosial, maupun citra kota. Secara ekonomi, sektor ini berkontribusi pada peningkatan pendapatan daerah melalui sektor jasa seperti perhotelan, transportasi, restoran, dan industri kreatif. Selain itu, MICE juga mendorong terciptanya lapangan kerja, baik langsung maupun tidak langsung, yang berdampak positif pada kesejahteraan masyarakat Kota Solo.

Dari segi *branding*, Kota Solo telah berhasil membangun citra yang kuat sebagai destinasi wisata berbasis budaya yang juga mampu menyelenggarakan berbagai *event* bisnis dan internasional. *Branding* "Spirit of Java" yang diterapkan berhasil meningkatkan daya tarik kota bagi wisatawan dan investor, didukung oleh strategi pemasaran digital serta penguatan infrastruktur MICE. Dalam era digitalisasi, pemanfaatan media sosial dan platform *online* semakin memperkuat daya saing Kota Solo dalam industri MICE, menjadikannya sebagai salah satu kota dengan perkembangan sektor MICE yang paling pesat di Indonesia.

Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, industri MICE di Kota Solo masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satunya adalah keterbatasan infrastruktur dalam menampung *event* berskala besar, yang memerlukan pengembangan pusat konvensi dan hotel berbintang lebih lanjut. Selain itu, kurangnya sumber daya manusia yang memiliki keterampilan khusus dalam pengelolaan *event* MICE juga menjadi kendala yang harus segera diatasi. Oleh karena itu, perlu adanya pelatihan dan sertifikasi bagi tenaga kerja di sektor ini agar dapat memenuhi standar internasional.

Sebagai langkah strategis, beberapa rekomendasi dapat diberikan untuk meningkatkan daya saing industri MICE di Kota Solo. Pertama, pemerintah daerah perlu terus berinvestasi dalam pembangunan infrastruktur yang mendukung penyelenggaraan *event* MICE, termasuk penyediaan pusat konvensi yang lebih besar, peningkatan kapasitas hotel, serta perbaikan akses transportasi. Kedua, kolaborasi dengan pelaku industri swasta dan komunitas lokal harus diperkuat untuk menciptakan ekosistem MICE yang lebih inklusif dan berkelanjutan.



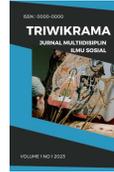
Ketiga, dalam menghadapi persaingan global, Kota Solo perlu memanfaatkan teknologi digital secara lebih maksimal, termasuk dalam strategi pemasaran, pemesanan tiket *online*, serta sistem manajemen acara berbasis teknologi. Keempat, penyelenggaraan *event* MICE harus dirancang tidak hanya untuk meningkatkan jumlah wisatawan, tetapi juga untuk membawa dampak jangka panjang bagi ekonomi dan masyarakat lokal. Hal ini dapat dilakukan dengan mengintegrasikan *event-event* MICE dengan program pemberdayaan UMKM, pengembangan produk lokal, serta promosi budaya khas Kota Solo.

Terakhir, keberlanjutan industri MICE harus menjadi perhatian utama. Pemerintah Kota Solo harus mulai menerapkan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam penyelenggaraan *event* MICE, seperti pengelolaan limbah yang ramah lingkungan, efisiensi energi dalam *venue* acara, serta penggunaan material yang lebih berkelanjutan. Dengan langkah-langkah ini, Kota Solo tidak hanya akan menjadi destinasi unggulan untuk *event* MICE, tetapi juga akan menjadi contoh kota yang mampu mengembangkan industri pariwisata yang lebih berkelanjutan dan berdaya saing tinggi di tingkat nasional maupun internasional.

Dengan berbagai upaya yang telah dan akan dilakukan, Kota Solo memiliki potensi besar untuk terus berkembang sebagai pusat MICE yang tidak hanya berorientasi pada bisnis, tetapi juga memberikan manfaat nyata bagi masyarakat, lingkungan, dan ekonomi daerah. Dengan strategi yang tepat, Solo berpotensi menjadi salah satu destinasi MICE terdepan di Asia Tenggara dalam beberapa tahun mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin Fafan Kusuma. (2015). *Nilai-Nilai Modal Sosial yang Terkandung dalam Perkembangan Pariwisata (Studi Kota Solo)*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi.
- Callula Aisyah Nurunnisa. (2022). *Proses Penyelenggaraan Event MICE Pada Masa Pandemi*. SNRT XI Tahun 2022.
- Candra Yudha Satriya. (2022). *Kontribusi Event Marketing terhadap Ekuitas Merek Kota Solo*. Jurnal Makna.
- Chusnu Syarifa Diah Kusuma. (2019). *MICE - Masa Depan Bisnis Pariwisata Indonesia*. Jurnal Efisiensi – Kajian Ilmu Administrasi.
- Estika Paramita Sani. (2022). *The Analysis of Strategies Implemented by Surakarta City to be a MICE Tourism Destination Post Covid-19*. International Journal of Economics and Management Research.
- Febriana Lidiawati (2022). *Penyelenggaraan Event MICE Grand Wahid Hotel*. Jurnal Pariwisata dan Perhotelan.
- Heri Setyawan. (2018). *Pengaruh City branding terhadap City Image*. Jurnal Pariwisata Terapan.
- Ina Primasari. (2018). *City branding Solo sebagai Kota Wisata Budaya Jawa*. Universitas Sebelas Maret.
- Kurnia Dyah Marhaeni. (2022). *Akselerasi Industri MICE di Indonesia*. Jurnal Bisnis dan Akuntansi.



- Lucky Riana Putri. (2020). *Pengaruh Pariwisata terhadap Peningkatan PDRB Kota Surakarta*. Cakra Wisata.
- Nur Fitri Azizah. (2018). *Aplikasi MICE Indonesia pada Smartphone sebagai Alat Promosi MICE*. Jurnal Epigram.
- Tikka Muslimah. (2023). *City branding Pariwisata dalam Media Sosial*. Acta Diurna.
- Wahyudi Utomo. (2023). *Analisa Daya Saing Industri Pertemuan (MICE) Indonesia*. JAProf: Jurnal Administrasi Profesional.