

Pengaruh Atribut *Mice* Terhadap Kunjungan Wisatawan di Kota Bandung

Ratna Sholihah Sarha¹, Gilang Pratama Putra², Dally Nur Arif³

Universitas Pendidikan Indonesia

sratnasarha@upi.edu¹, gilang.p.putra@upi.edu², dallynarif@upi.edu³

ABSTRACT

This research aimed to analyzed the influence of MICE attributes on tourist visits in Bandung by adapting the dimensions of MICE destination guideline and criteria developed by the Ministry of Tourism and Creative Economy in 2017 as independent variables. This research used quantitative research method with multiple linear regression analysis. The data obtained came from distributing questionnaires via Google form to respondents who had visited Bandung, and a sample of 100 people was taken. Based on the result of this research, MICE attributes in Bandung have met the needs of tourist so that they can increase tourist visits to Bandung, especially MICE tourist. MICE attributes have a significant influence simultaneously on tourist visits. The dimension of attraction an ancillary service partially has positive influence and significant influence on tourist visit, while accesibility, activities, amenities, and affordability do not have a positive influence and is not significant on tourist visists in Bandung.

Keywords: MICE Attributes, Tourist Visits

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh atribut MICE terhadap kunjungan wisatawan di Kota Bandung, dengan mengadaptasi dimensi dari pedoman dan kriteria destinasi MICE yang dikembangkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2017 yaitu sebagai variabel independen. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda. Data yang diperoleh berasal dari penyebaran kuesioner melalui Google Form kepada responden yang sudah pernah berkunjung ke Kota Bandung dan sampel diambil sebanyak 100 orang. Berdasarkan hasil penelitian ini atribut MICE yang terdapat di Kota Bandung sudah memenuhi kebutuhan wisatawan sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kota Bandung terlebih wisatawan MICE. Adapun atribut MICE memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap kunjungan wisatawan sementara dimensi attraction dan *ancillary service* secara parsial berpengaruh positif dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kunjungan wisatawan, sedangkan *accesibility*, *activities*, *amenities* dan *affordability* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kunjungan wisatawan di Kota Bandung.

Kata Kunci: Atribut MICE, Kunjungan Wisatawan

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki peluang sebagai tujuan wisata untuk mengembangkan potensi *MICE* (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibiton*). Pertumbuhan ekonomi dan keamanan yang semakin membaik mendorong investor lokal dan asing untuk berinvestasi di Indonesia, baik sebagai penyelenggara maupun peserta. Banyak kegiatan bertaraf internasional yang telah dilaksanakan sebagai bukti kepercayaan

bahwa Indonesia memiliki peluang yang besar. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia telah menetapkan 16 Destinasi *MICE* unggulan dan terdapat 7 fokus utama pengembangannya yaitu: Bali, Jakarta, Yogyakarta, Bandung, Surabaya, Medan dan Lombok. Penetapan ini telah mendorong diselenggarakannya ratusan event nasional maupun internasional di Indonesia setiap tahunnya.

Kota Bandung memiliki beragam destinasi wisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan dari berbagai kalangan. Salah satunya, Kota Bandung berada di urutan ke-63 sebagai kota penyelenggara *MICE* (*Meeting, Incentive, Conference, Exhibition*) di Asia Pasifik, dengan 10 pertemuan bertaraf internasional dan termasuk 16 destinasi *MICE* unggul ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Provinsi Jawa Barat berkeinginan untuk mengembangkan industri *MICE* yang terbagi menjadi dua skala pembangunan fisik dan fasilitas penunjang *MICE*. Di pusat kota Bandung dalam pengembangannya untuk skala lokasi memanfaatkan lahan seluas empat hektar yaitu surapati, sedangkan skala regional dan internasional akan membangun fasilitas *MICE* yang terintegrasi dengan fasilitas lain sebagai destinasi leisure disampaikan oleh Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat Mohammad Arifin Sudjayana.

Menurut bahwa penyelenggaraan *MICE* dapat mempengaruhi kunjungan wisatawan berdasarkan atribut destinasi *MICE* terdiri dari *affordability*/ keterjangkauan dalam harga, *attraction*/ atraksi wisata, *accessibility*/ aksesibilitas, *amenity*/ amenitas, aktivitas, dan *accountability*/ akuntabilitas.

Keberhasilan penyelenggaraan *MICE* tergantung kepada jumlah pengunjung atau peserta yang mengikuti rangkaian kegiatan *Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*. Sementara peserta *MICE* merupakan wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara yang berkunjung ke suatu daerah maupun negara atas tujuan yang sama. Adapun indikator yang mendukung keberlangsungan *MICE* di antaranya adalah sektor akomodasi, daya tarik, perjalanan, transportasi, rekreasi, perdagangan, makanan dan minuman, tempat penyelenggaraan, keuangan dan teknologi informasi. Hal inilah yang dapat berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan.

Dalam hal ini penyelenggaraan kegiatan *Meeting, Incentive, Convention, Exhibition* (*MICE*) dapat menciptakan persepsi pada wisatawan sehingga dapat mempengaruhi kunjungan wisata serta menciptakan rasa senang dan mendorong wisatawan untuk menjelajahi lebih lanjut mengenai pariwisata di destinasi tersebut terutama di kota Bandung sebagai pilihan destinasi *MICE*.

Berkembangnya bisnis *MICE* tidak luput dari adanya permasalahan salah satunya perencanaan kegiatan yang kurang matang dikarenakan tidak ada perhatian dalam atribut yang harus dilakukan dalam penyelenggaraan *MICE*. Hampir setiap minggu, bahkan setiap hari terutama di Kota Bandung dapat ditemukan kegiatan-kegiatan *MICE* baik skala kecil maupun skala besar biasanya melibatkan jasa EO atau PCO untuk merancang, mempersiapkan dan mengatur kegiatan tersebut. *MICE* berpengaruh dalam meningkatkan kunjungan wisatawan

Tercapainya kegiatan *MICE* memerlukan perhatian terhadap kriteria dan indikator destinasi penyelenggaraan sebagai tolak ukur. Berdasarkan peraturan secara garis besar standar destinasi *MICE* meliputi empat bagian, yakni aksesibilitas;

atraksi (daya tarik); amenitas; sumber daya manusia dan dukungan stakeholder. Seiring berjalannya waktu banyak perubahan mengenai penyelenggaraan MICE berdasarkan pada kebijakan-kebijakan yang telah diterapkan oleh pemerintah maupun kebiasaan wisatawan MICE terhadap kebutuhan akan penyelenggaraannya. Sebagai pelaku usaha atau Kota Bandung yang menjadi destinasi MICE perlu memperhatikan hal tersebut supaya dapat mengoptimalkan kemampuan terhadap penyelenggaraan MICE serta menjadi tujuan destinasi yang aman dan sustainability bagi kunjungan wisatawan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka penelitian dirasa sangat penting untuk dilakukan. Penelitian yang dilakukan berkaitan dengan pengaruh atribut MICE terhadap kunjungan wisatawan di Kota Bandung.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Desain penelitian adalah pedoman atau prosedur serta teknik dalam perencanaan penelitian guna sebagai panduan untuk membangun strategi yang dapat menghasilkan model penelitian untuk dilakukan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif menekankan pada analisis data numerik (angka) dianalisis menggunakan metode statistik yang sesuai.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda serta menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Setelah melakukan penelitian dan pengumpulan data, hasil yang diperoleh datanya akan diolah menggunakan teknik analisis data deskriptif dan verifikatif. Penelitian ini menganalisis dan mengkaji mengenai pengaruh atribut MICE terhadap kunjungan wisatawan di Kota Bandung.

Analisis data deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Selain itu, analisis data verifikatif digunakan untuk menguji teori dengan mengajukan hipotesis yang telah dirumuskan bertujuan untuk mengkonfirmasi atau menyangkal hipotesis tersebut.

Subjek dan Objek Penelitian

Berdasarkan pada penelitian objek dan subjek dapat dijelaskan berikut. Objek penelitian adalah sasaran ilmiah bertujuan untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliabel berkenaan penelitian. Objek sebagai fokus utama dari penelitian ini, yakni bagaimana atribut MICE mempengaruhi kunjungan wisatawan untuk berkunjung ke Kota Bandung. Subjek penelitian merupakan orang pada latar penelitian berguna dalam memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian, biasa disebut sebagai informan atau responden. Subjek penelitian yang diambil pada penelitian ini adalah wisatawan dari berbagai kalangan yang pernah berpartisipasi atau sedang berpartisipasi dalam kegiatan MICE di Kota Bandung.

Sumber Data dan Lokasi Penelitian

Data adalah segala fakta dan angka yang dapat dijadikan sebagai bahan untuk menyusun informasi, sedangkan informasi adalah hasil pengolahan data yang digunakan untuk tujuan tertentu. Sumber data tersebut dapat diperoleh baik secara langsung (data primer) maupun tidak langsung (data sekunder) yang berhubungan dengan objek penelitian.

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung dari subjek yang berhubungan untuk menjawab masalah atas tujuan penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah seluruh data yang didapatkan dari kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah responden yang sesuai dengan target dan sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi data penelitian, yaitu wisatawan MICE yang berkunjung ke Kota Bandung. Sedangkan Data sekunder adalah data yang subjeknya tidak berhubungan langsung dengan masalah penelitian tetapi mendukung untuk memperoleh data maupun informasi sebagai bahan penelitian. Data sekunder dapat berupa buku, dokumen, artikel, situs internet, kepustakaan, jurnal yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

Tabel 1. Jenis dan Sumber Data

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1	Jumlah Wisatawan Mancanegara di Indonesia	Sekunder	Badan Pusat Statistik Indonesia
2	Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Nusantara di Kota Bandung	Sekunder	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung
3	Jumlah Event MICE di Kota Bandung	Sekunder	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung
4	Hal-hal yang berhubungan dengan atribut MICE dan kunjungan wisatawan	Sekunder	Ebook, Artikel, Jurnal, Situs internet
5	Karakteristik wisatawan	Primer	Responden
6	Tanggapan wisatawan mengenai atribut MICE	Primer	Responden
7	Tanggapan wisatawan mengenai kunjungan wisatawan	Primer	Responden

Uji Validitas

Validitas adalah menyangkut pemahaman mengenai kesesuaian antara konsep dengan kenyataan empiris, dengan kata lain validitas merupakan ketepatan dan kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Pengujian validitas dilakukan dengan mengkorelasi antara skor item-item instrumen dengan menggunakan product moment atau pearson (pearson's product moment coefficient of correlation), yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi product moment

n = Jumlah sampel

$\sum x^2$ = Kuadrat faktor variabel X

$\sum y^2$ = Kuadrat faktor variabel Y

$\sum xy$ = Jumlah perkalian faktor korelasi X dan Y

Pengujian validitas ini dilakukan terhadap 30 responden dengan menggunakan program SPSS 26 for windows. Penulis menggunakan rumus perbandingan r_{hitung} dan r_{tabel} di mana df (degree of freedom) = n-2 dengan alpha 5% atau 0.05 yang menghasilkan nilai 0,361. Maka kriteria dinyatakan sebagai berikut:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Nilai r_{hitung} dapat dilihat pada kolom corrected item total correlation.

Uji Realibilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu instrumen dapat dipercaya atau diandalkan. Sehingga uji reliabilitas dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang dan dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali. Adapun rumus yang peneliti gunakan dalam mengukur reliabilitas sebuah instrumen yang digunakan memiliki skor yang merupakan rentang antara beberapa nilai yaitu 1-5. Rumus Cronbach's Alpha adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(a - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Koefisien reliabilitas instrumen (total tes)

k = Banyaknya item pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian item

σ_t^2 = Varian skor total

Ketentuan dari metode Cronbach's Alpha yang digunakan apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,70 dapat dinyatakan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan reliabel. Sebaliknya, nilai Cronbach's Alpha < 0,70 dinyatakan bahwa instrumen pengukuran yang dimiliki tidak reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas yang diperoleh dalam penelitian dilakukan dengan bantuan aplikasi IBM SPSS Statistics 26:

Teknik Pengumpulan Data

Proses dalam memperoleh data harus memiliki teknik yang akan digunakan sesuai dengan penelitian. Teknik pengumpulan data merupakan suatu langkah yang digunakan secara tepat untuk memperoleh data guna mendapat data yang valid dan reliabel. Data yang terkumpul digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan maka teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah:

1. Kuesioner (Angket), teknik pengumpulan data melalui seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam kuesioner ini mengemukakan beberapa pernyataan mengenai atribut MICE dan kunjungan wisatawan dengan sumber data dari wisatawan MICE yang berkunjung atau menyelenggarakan MICE di Kota Bandung. Peneliti menyebarkan kuesioner melalui platform sosial media dengan memberikan Link Google Form berikut <https://bit.ly/penelitianMICE>. Selain itu, peneliti juga menyebarkan dengan langsung kepada peserta maupun pengunjung pada beberapa kegiatan MICE yang berlangsung di Kota Bandung.
2. Studi literatur, teknik pengumpulan data dengan mencari data yang terdapat pada buku, jurnal, internet maupun literatur lain yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti. Studi literatur tersebut didapat dari berbagai sumber, yaitu:
 - a) Repositori UPI
 - b) Skripsi serta penelitian terdahulu
 - c) Jurnal nasional dan internasional
 - d) Media elektronik (Internet)

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan metode pengambilan keputusan berdasarkan pada analisis data. Bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat yang dapat disimpulkan hasil antara H_0 ditolak atau H_a diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Berdasarkan konseptual hipotesis yang diajukan terdapat pengaruh yang signifikan antara atribut MICE (X) terhadap kunjungan wisatawan (Y).

Analisis yang digunakan dalam menentukan besaran pengaruh variabel independen (X) yaitu atribut MICE yang terdiri dari *accessibility*, *attraction*, *activities*, *amenities*, *affordability*, dan *ancillary service* terhadap variabel dependen (Y) yaitu kunjungan wisata. adapun rancangan hipotesis penelitian adalah:

Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) yaitu *accessibility*, *attraction*, *activities*, *affordability*, *amenities*, *ancillary service*

mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel dependen (Y) kunjungan wisatawan.

Untuk pengujian hipotesis dapat diketahui dengan rumus uji F sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

F = Pendekatan distribusi normal

R² = Koefisien korelasi berganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- a) Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh antara atribut MICE terhadap kunjungan wisatawan.
- b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya, tidak terdapat pengaruh antara atribut MICE terhadap kunjungan wisatawan.

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen (X) yaitu *accessibility, attraction, activities, amenities, affordability* dan *ancillary service* secara parsial terhadap variabel dependen (Y) kunjungan wisatawan. Untuk menguji hipotesis, rumus yang digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

$$t_{hitung} = r \sqrt{\frac{n - 2}{i - r^2}}$$

Keterangan:

r = Nilai korelasi

n = Jumlah responden

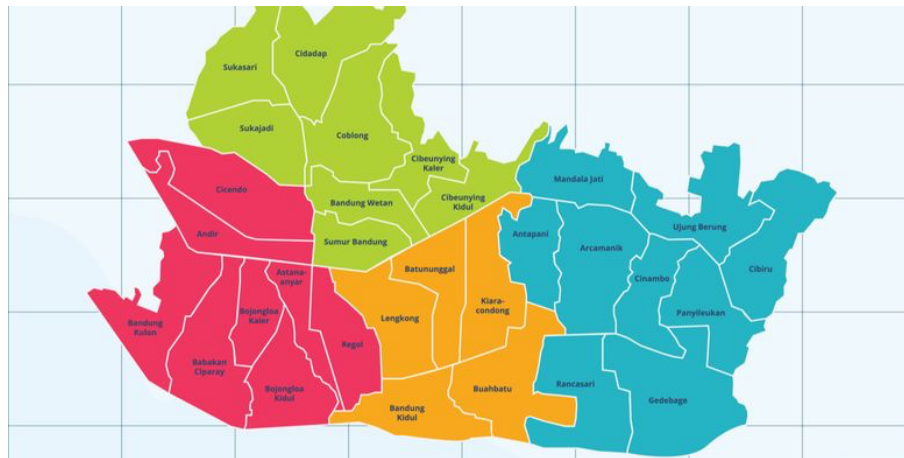
r^2 = Besarnya Pengaruh

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Lokasi Penelitian

Kota Bandung merupakan ibu kota Provinsi Jawa Barat terletak pada posisi 107°36' Bujur Timur dan 6°55' Lintang Selatan dengan luas wilayah 16.726,65 Ha. Perhitungan ini berdasarkan pada Peraturan Daerah Kota madya Daerah Tingkat II Bandung Nomor 10 tahun 1989 tentang Perubahan Batas Wilayah Kota madya Daerah Tingkat II Bandung sebagai tindak lanjut dari PP Nomor 16 Tahun 1987. Kota Bandung berada di bagian tengah "Cekungan Bandung" dengan dimensi luas 233.000 Ha, cekungan ini terletak di lima daerah administrasi yaitu Kota Bandung, Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung Barat, Kota Cimahi dan termasuk Kabupaten Sumedang. Dikutip dari Wilayah Kota Bandung menurut Perda Kota Bandung Nomor 06 Tahun 2007 tentang Pemekaran dan Pembentukan Wilayah Kerja Kecamatan dan Kelurahan di Lingkungan Pemerintah Kota Bandung terbagi menjadi 30 Kecamatan

dan 151 Kelurahan sehingga Kota Bandung merupakan wilayah terbesar di pulau Jawa bagian selatan. Peta wilayah Kota Bandung tersaji pada gambar di bawah ini.



Gambar 1. Wilayah Kota Bandung

Wilayah Kota Bandung juga terbagi menjadi beberapa kawasan, salah satunya adalah kawasan wisata buatan terdapat pembangunan sarana konferensi ke arah wilayah Bandung Timur.

Kota Bandung dikenal sebagai kota tujuan MICE. Salah satu kegiatan MICE yang menjadi sejarah bagi Kota Bandung yaitu Konferensi Asia Afrika yang diadakan untuk pertama kalinya pada 18 April 1955 di Gedung Merdeka. Kemudian Konferensi Tingkat Tinggi Asia Afrika pada 19 – 24 April 2005. Gedung Sate yang menjadi ikon dari Kota Bandung selain menjadi kantor pemerintahan bahkan sering dijadikan sebagai lokasi dari kegiatan MICE. Karena akses yang terbilang cukup mudah dilaluinya dan bahkan dekat dengan ibu kota dari Indonesia terdapat berbagai variasi venue untuk kegiatan MICE yang ada di Kota Bandung, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Venue MICE di Kota Bandung

No	Venue	Lokasi
1	Bandung Convention Center	Jl. Soekarno-Hatta No.354, Kb. Lega, Bojongloa Kidul, Bandung
2	Trans Convention Center	Jl Gatot Subroto 289, Cibangkong, Batununggal, Kota Bandung
3	Sasana Budaya Ganesha Convention Hall	Jl. Tamansari 73, Lb. Siliwangi, Coblong, Kota Bandung
4	Graha Manggala Siliwangi	Jl Aceh 66, Merdeka, Sumur Bandung, Kota Bandung
5	Balai Asri Pusdai	Jl Diponegoro 63, Cihaur Geulis, Cibeunying kaler, Kota Bandung
6	Haris Hotel & Covention Festival Citylink	Jl. Peta No.241, Suka Asih, Kota Bandung

7	Horison Ultima Bandung	Jl Pelajar Pejuang 45 No 121, Turangga, Lengkong, kota Bandung
8	Crowne Plaza Bandung	Jl Lembong 19, Braga, Sumur Bandung, Kota Bandung
9	Grand Mercure Bandung	Jl. Dr. Setiabudi N0 296 275, Isola, Sukasari, Kota Bandung
10	Aston Pasteur	Jl Dr. Djunjunan 162, Sukagalih, Kota Bandung

ASEAN MICE Venue Standasards (AMVS) adalah ajang penganugerahan bergengsi untuk negara-negara di tingkat ASEAN dalam kategori venue untuk menyelenggarakan berbagai keperluan kegiatan MICE. The Trans Luxury Hotel memenangkan ajang AMVS periode 2020-2022, tentunya hal tersebut membuktikan Kota Bandung sebagai salah satu tujuan MICE tidak hanya skala nasional melainkan regional dan internasional. Berbagai kegiatan MICE didukung dengan atribut MICE tentu bisa mendatangkan wisatawan ke Kota Bandung.

B. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden

- a) Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia

Tabel 3. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia

Jenis Kelamin	Usia				Total
	17-25 Tahun	26-35 Tahun	36-45 Tahun	> 46 Tahun	
Laki-laki	18	17	6	0	41
Perempuan	29	28	1	1	59
Total	47	45	7	1	100

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

- b) Karakteristik Berdasarkan Domisili

Tabel 4. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Domisili

Domisili	Frekuensi (F)	Persentase (%)
DKI Jakarta	9	9
Banten	5	5
Jawa Barat	50	50
Jawa Tengah	10	10
Jawa Timur	17	17
DI Yogyakarta	2	2
Luar pulau jawa	7	7
Total	100	100

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

c) Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan

Tabel 5. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan

Pekerjaan	Pendapatan				Total
	< Rp 1.500.000	Rp 1.500.000- 3.000.000	Rp 3.000.000- 5.000.000	> Rp 5.000.000	
PNS/BUMN	0	2	8	6	16
TNI/POLRI	0	0	1	1	2
Pegawai Swasta	0	4	20	14	38
Wiraswasta	0	4	1	5	10
Pelajar/Mahasiswa	21	3	1	1	26
Lainnya	1	1	3	3	8
Total	22	14	34	30	100

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Pembahasan

Mengacu pada hasil pengolahan data pada Tabel 4 mengenai hasil tanggapan responden atas variabel Atribut MICE di Kota Bandung memiliki skor total keseluruhan sebesar 9.986. Kemudian melalui pengukuran garis kontinum pada Gambar 1 menghasilkan bahwa nilai kontinum seharusnya terkait dengan tanggapan responden mengenai Atribut MICE yang terdiri atas *Accesibility*, *Attractin*, *Activities*, *Amenities*, *Affordability* dan *Ancillary Service* berada pada kategori tinggi. Responden sudah merasa kualitas Atribut MICE di Kota Bandung sudah baik karena *accessibility* yang tersedia beragam sehingga dapat menyesuaikan dengan kebutuhan wisatawan MICE maupun penyelenggara.

Berdasarkan hasil rekapitulasi pada Tabel 5 mengenai hasil tanggapan responden tentang variabel kunjungan wisatawan seperti keputusan wisatawan, pencarian informasi, evaluasi alternatif memiliki skor total keseluruhan 2.487. kemudian melalui pengukuran garis kontinum pada Gambar 1 menunjukkan bahwa secara ideal nilai kontinum terkait tanggapan responden terhadap kunjungan wisatawan berada pada kategori tinggi. Kunjungan wisatawan tidak hanya pada evaluasi alternatif namun juga pada keputusan wisatawan. Hal ini dikarenakan kemampuan Kota Bandung sesuai dengan kebutuhan wisatawan MICE selain itu juga keyakinan wisatawan dan penyelenggara untuk melakukan aktivitas tersebut.

Berdasarkan hasil uji secara parsial tidak terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara dimensi *accessibility* terhadap kunjungan wisatawan. Sejalan dengan penelitian Ersy sistem transportasi di Kota Bandung terbilang kurang baik disebabkan belum ada jalur khusus seperti bis dan penyalahgunaan jalur sepeda oleh pengendara motor sehingga menimbulkan kemacetan, pada tahun 2019 berdasarkan survei Asian Development Bank (ADB) Kota Bandung tercatat sebagai kota termacet di Indonesia. Hal ini menjadi hambatan bagi penyelenggaraan kegiatan MICE, kebutuhan dalam efisiensi dan efektivitas waktu sangat penting terlebih jadwal operasi penerbangan dari bandara Husein Sastranegara beralih ke bandara Kertajati.

Karena memerlukan waktu yang cukup lama untuk menuju Kota Bandung akhirnya mempengaruhi jumlah wisatawan MICE yang berkunjung.

Hal ini menguatkan penelitian Oktaviani, meningkatnya hotel-hotel bintang 3 hingga 5 yang mempunyai fasilitas ruang konvensi, sebagaimana respon untuk menangani pasar MICE menjadi solusi terhadap tingkat hunian hotel pada waktu weekdays didukung berdasarkan data venue MICE di Kota Bandung pada Gambar 1. Begitu pun fasilitas yang layak bagi penyelenggaraan berskala kecil-menengah dengan lingkup regional-nasional dan peserta di bawah 2000 orang memadai di Kota Bandung. Pada dasarnya attraction sebagai daya tarik yang merujuk kepada fasilitas pertemuan, pameran, akomodasi dengan berbagai variasi dan kapasitas *venue* serta tempat-tempat menarik. Sebab suatu kegiatan MICE yang paling utama adalah venue yang dapat menampung kegiatan tersebut di mana ada standar yang ditentukan. Namun banyak venue (baik *stand alone venue* maupun hotel) di Indonesia yang mengklaim sebagai Convention Center kenyataannya hanya gedung serbaguna yang belum memenuhi standar venue MICE. Serta keterbatasan yang dimiliki Kota Bandung dalam menyelenggarakan kegiatan MICE dalam skala internasional belum memadai sepenuhnya, oleh karena itu diperlukan pengembangan terhadap fasilitas-fasilitas venue di Kota Bandung sesuai standar yang ditentukan dengan mengacu pada Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 2 tahun 2017.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian secara deskriptif dan verifikatif dapat disimpulkan mengenai Atribut MICE dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kota Bandung.

- 1) Berdasarkan tanggapan wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung mengenai atribut MICE yang terdiri dari *accessibility*, *attraction*, *activities*, *amenities*, *affordability* dan *ancillary service* mendapatkan penilaian yang sangat tinggi dari responden. Penilaian tertinggi diperoleh oleh dimensi *accessibility*, kemudahan akses yang dapat dijangkau oleh wisatawan MICE memberikan dorongan untuk berkunjung ke destinasi MICE tersebut. Sedangkan dimensi yang memperoleh penilaian terendah adalah *amenities*, hal ini disebabkan kebutuhan untuk mengadakan pertemuan berbeda-beda serta Kota Bandung sebagai destinasi MICE memerlukan adanya sinergitas para pemangku kepentingan maupun pemerintah daerah.
- 2) Tanggapan wisatawan terhadap kunjungan wisatawan di Kota Bandung dinilai tinggi. Berdasarkan pada pengalaman yang dirasakan oleh wisatawan MICE memberikan dorongan untuk melakukan kunjungan.
- 3) Penelitian ini menunjukkan atribut MICE di Kota Bandung yang terdiri dari *accessibility*, *attraction*, *activities*, *amenities*, *affordability* dan *ancillary service*, secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kunjungan wisatawan. Secara parsial terdapat dua sub variabel yang berpengaruh positif dan signifikan yaitu *attraction* dan *ancillary service*. Di antara pendapat tentang kriteria atau atribut yang melekat pada sebuah destinasi MICE, tidak ada acuan yang tetap pada pendapat mana pun, namun peraturan yang telah

dibuat pemerintah tentu harus menjadi acuan prioritas bagi daerah apabila hendak mengembangkan wilayahnya menjadi tujuan MICE.

DAFTAR PUSTAKA

- Ersy, E., & Vany, O. (2019). Analisis SWOT komponen pariwisata Kota Bandung. *Journal Name*, 4(November), 1–19.
- Guntara, I. R., Yazid, T. P., & Romyeni. (2023). Strategi komunikasi Dinas Pengendalian Penduduk Keluarga Berencana Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kabupaten Kampar menuju kota layak anak tingkat utama. *International Journal of Technology*, 47(1), 100950.
- Heryana, A. (2020). Hipotesis dalam penelitian kuantitatif. *Universitas Esa Unggul*, 1–16.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel statistik yang benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, (18210047), 1–12.
- Kemparekraf.go.id, MICE. (2024). Venue MICE. *Kemparekraf*.
- Kerdpitak, C. (2019). The influence of destination attributes on the MICE tourism industry in Bangkok, Thailand. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 10(1), 76–98.
- Luthfiyyah, T. R. Z. (2020). Analisis faktor pendorong dan penarik wisatawan untuk berkunjung ke kawasan wisata Pantai Ujung Genteng. *Journal Name*, 15–28.
- Mardiana, E. (2019). Kemacetan Kota Bandung kalahkan Jakarta dan Surabaya. *Detik News*.
- Menteri Pariwisata Republik Indonesia. (2017). Peraturan Menteri Pariwisata Indonesia No. 5 Tahun 2017: Destinasi penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konvensi, dan pameran.
- Oktaviani, D. (2019). Identifikasi potensi event venue dalam mendukung kegiatan MICE di Kota Bandung. *Jurnal Bisnis, Manajemen & Ekonomi*, 17(2), 50–63.
- Pambudi, A. (2021). Kondisi geografi Kota Bandung. Diakses dari <https://www.geografi.org/2017/12/kondisi-geografi-kota-bandung.html>
- Perkim.id. (2020). PKP Kota Bandung. *Perkim.id*.
- Prakoso, R. (2020). The Trans Luxury Hotel harumkan Bandung di event MICE global. *Detik Travel*.
- Raga, M. (2020). Peran atribut destinasi terhadap pembentukan citra Kota Bandung sebagai destinasi MICE di Indonesia. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan*, 3(1), 41–53. <https://doi.org/10.34013/jk.v3i1.31>
- Sativa, A. L., & Yulianto, I. (2021). Pengaruh aspek MICE terhadap kunjungan wisatawan ke Kota Malang di era new normal. *Journal of Event, Travel and Tour Management*, 1(1), 40–48. <https://doi.org/10.34013/jett.v1i1.611>

Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal

Volume 7 Nomor 2 (2025) 444 - 456 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691

DOI: 10.47476/reslaj.v7i2.5425

Setyaningrum, P. (2022). Profil Kota Bandung. *Kompas.com*.

Sugiyono. (2020). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*.