

Pengaruh Aspek MICE Terhadap Kunjungan Wisatawan ke Kota Malang di Era New Normal

Aisya Lowine Sativa¹, Irwan Yulianto²

Universitas Merdeka Malang²
Email: irwan.yulianto@unmer.ac.id

Abstract

This research was conducted to determine the influence of MICE aspects on tourist visits to Malang in the New Normal Era. Researchers conducted this study as an effort to provide answers that aspects of MICE have an effect in increasing tourist visits to Malang during the recovery of the tourism sector in the new normal era. This study research uses quantitative method by describing secondary data through archives and records obtained from the Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kota Malang. The results showed that the simultaneous test ($F_{hitung} = 74.6 > F_{table} = 3.48$), then the variable Meeting (X1), Incentive (X2), Convention (X3), Exhibition (X4) simultan significantly and positively affect the variable tourist visits (Y). The test result t (partial) on the Meeting variable (X1) has a ($t_{hitung} 2,720 > T_{table} 2,262$) and Convention (X3) has a ($t_{hitung} 3,457 > T_{table} 2,262$) so that the variable Meeting (X1) and Exhibition (X3) have a significant effect on tourist visits. In variable Incentive (X2) has a ($t_{hitung} 1,479 < T_{table} 2,262$) and Variable Exhibition (X4) has a ($t_{hitung} 0.501 < T_{table} 2,262$), so the Incentive variable (X2) and Exhibition (X4) have no significant effect on tourist visits. The result of multiple correlation coefficients (R) is 0.980; shows that together there is a strong and direct relationship between meeting variables (X1), Incentive (X2), Convention (X3), Exhibition (X4) with tourist visits (Y) of 98% while 2% are influenced by other variables outside of this study. The more MICE in Malang, the more tourists visit Malang.

Keywords: *MICE; Tourist Visit; New Normal*

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh aspek MICE terhadap kunjungan wisatawan ke Malang pada Era New Normal. Peneliti melakukan penelitian ini sebagai upaya untuk memberikan jawaban bahwa aspek MICE berpengaruh dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Malang pada masa pemulihan sektor pariwisata di era new normal. Penelitian studi ini menggunakan metode kuantitatif dengan mendeskripsikan data sekunder melalui arsip dan catatan yang diperoleh dari Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kota Malang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji secara simultan ($F_{hitung} = 74,6 > F_{tabel} = 3,48$), maka variabel Pertemuan (X1), Insentif (X2), Konvensi (X3), Pameran (X4) simultan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap variabel kunjungan wisatawan (Y). Hasil uji t (parsial) pada variabel Pertemuan (X1) memiliki a ($t_{hitung} 2,720 > T_{tabel} 2,262$) dan Konvensi (X3) memiliki ($t_{hitung} 3,457 > T_{tabel} 2,262$) sehingga variabel Pertemuan (X1) dan Pameran (X3) berpengaruh signifikan terhadap kunjungan wisatawan. Pada variabel Insentif (X2) memiliki ($t_{hitung} 1,479 < T_{tabel} 2,262$) dan Variabel Pameran (X4) memiliki ($t_{hitung} 0,501 < T_{tabel} 2,262$), sehingga variabel Insentif (X2) dan Pameran (X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap kunjungan wisatawan. Hasil koefisien korelasi ganda (R) adalah 0,980; menunjukkan bahwa secara bersama-sama terdapat hubungan yang kuat dan searah antara variabel pertemuan (X1), Insentif (X2), Konvensi (X3), Pameran (X4) dengan kunjungan wisatawan (Y) sebesar 98% sedangkan 2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar pelajaran ini. Semakin banyak MICE di Malang, semakin banyak pula wisatawan yang berkunjung ke Malang.

Kata Kunci: *MICE; Kunjungan Wisatawan; New Normal*

* Aisya Lowine Sativa, Irwan Yulianto

Received: October 04, 2021; Revised : November 28, 2021; Accepted: December 18, 2021

A. PENDAHULUAN/INTRODUCTION

Keberhasilan industri pariwisata di Indonesia tidak terpisahkan dari kunjungan wisatawan mancanegara maupun domestik. Kunjungan wisatawan mancanegara merupakan salah satu sumber pendapatan negara non minyak. Kunjungan wisatawan mancanegara meningkat setiap tahun, sebagaimana berikut :

Tabel 1
Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia

Tahun	Kunjungan Wisatawan	Peningkatan/ Penurunan	Perolehan devisa Pariwisata	Peningkatan/ Penurunan
2015	10.230.775	-	-	-
2016	11.519.275	12,59 %	11.206 Milliar US\$	-
2017	14.039.799	21,88 %	13.139 Milliar US\$	17,25 %
2018	15.810.305	12,61 %	16.426 Milliar US\$	25,02 %
2019	16.106.954	1,88 %	-	-
Jan - Agt 2020	3.410.000	(80,31 %)	-	-

Sumber: www.bps.go.id

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik menunjukkan kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia dari tahun 2015 – 2017 mengalami peningkatan yang positif demikian juga dengan penerimaan devisa dari pariwisata. Namun pada tahun 2018 walaupun jumlah wisatawan mancanegara meningkat, peningkatannya menurun hampir 10 % dibanding tahun sebelumnya dan ditahun 2019 seiring mulai adanya pandemi di beberapa negara pada triwulan akhir tahun, biasanya pada bulan tersebut merupakan puncak kunjungan wisatawan mancanegara, sampai kuartal kedua tahun 2020 dimana pandemi semakin parah diberbagai negara termasuk Indonesia, sehingga diberlakukan beberapa kebijakan larangan kerumunan, transportasi dan mobilitas (Kemenparekraf, 2020) sehingga banyak kegiatan MICE yang terpaksa ditunda atau dibatalkan, hingga menurunkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara 80% lebih.

Kegiatan wisatawan mencakup *something to see, something to do, something to buy* dan *something to know*. Keempat unsur tersebut akan menjadi *goals* ketika wisatawan berkunjung ke sebuah destinasi maupun daerah tujuan wisata. Kegiatan tersebut tersaji dalam kegiatan *meeting, incentive, conferences, dan exhibition (MICE)*. Oka (2000) memberikan gagasan bahwa MICE merupakan suatu kegiatan, dimana para pengusaha atau professional berkumpul dalam suatu tempat untuk memecahkan maupun membahas suatu permasalahan yang sama. Akan tetapi, MICE didefinisikan sebagai suatu kegiatan kepariwisataan yang aktivitasnya merupakan perpaduan antara *leisure dan business*, biasanya kegiatan ini akan melibatkan sekumpulan orang bersama-sama dan pada rangkaian kegiatannya dikemas dalam bentuk *meetings, incentive travels, conventions, congresses, conference dan exhibition (Kesrul, Meeting, Incentive, Trip Conference, Exhibition, 2004)*.

Pada bulan September 2020, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengeluarkan regulasi terkait pelaksanaan *MICE di era new normal*. MICE diperbolehkan dengan menggunakan pedoman *Cleanliness, Health, Safety dan Environment, Sustainability* yang tertuang dalam Panduan (Kemenparekraf, 2020) sebagai pedoman protokol kesehatan penyelenggaraan kegiatan pertemuan, insentif, konvensi dan pameran. Sehingga diberbagai daerah dapat melakukan kembali penyelenggaraan MICE guna

memulihkan dan meningkatkan kembali kunjungan wisatawan diberbagai daerah yang ada di Indonesia.

Malang Raya merupakan pengembangan daerah dengan 3 kota yaitu Kota Malang, Kota Batu, dan Kabupaten Malang. Daerah tujuan wisata Malang Raya adalah Kota Batu sebagai Kota wisata dan Kabupaten Malang dengan wisata alam, sedangkan Kota Malang merupakan daerah tujuan wisata dari daya tarik *MICE*. Kunjungan wisatawan mancanegara tersaji pada tabel :

Tabel 2
Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Kota Malang

Bulan	Wisatawan Mancanegara			
	2017	2018	2019	2020
Januari/ <i>January</i>	862	1098	1204	2788
Februari/ <i>February</i>	818	859	926	2748
Maret/ <i>March</i>	856	591	604	1304
April/ <i>April</i>	885	464	476	106
Mei/ <i>May</i>	915	639	666	50
Juni/ <i>June</i>	946	1137	1258	128
Juli/ <i>July</i>	878	1346	1847	103
Augustus/ <i>August</i>	954	1745	1796	156
September/ <i>September</i>	1066	2176	2299	450
Oktober/ <i>October</i>	1153	1772	1992	375
November/ <i>November</i>	1245	1566	1648	767
Desember/ <i>December</i>	1392	1628	1680	226
Jumlah/Total	11970	15021	16286	8826
Peningkatan/Penurunan (%)	-	25,49	8,42	(45,80)

Sumber: Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kota Malang

Berdasarkan data statistik dari Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Kota Malang pada tabel 2, *total* kunjungan wisatawan mancanegara mengalami peningkatan positif dari tahun 2017 - 2019, walaupun pada tahun 2018 jumlah wisatawan (orang) bertambah, namun mengalami penurunan tajam dari tahun sebelumnya yaitu dari 25,49% menjadi 8,42%. Pada tahun 2020, kunjungan wisatawan menurun drastis akibat adanya pandemi covid-19 sampai minus 45,80 dibanding tahun sebelumnya. jika melihat penurunan pada tahun 2020, hal tersebut seiring kebijakan pembatasan transportasi dan kerumunan, padahal kota Malang wisata yang ditawarkan adalah *MICE* yang sifatnya berkumpul orang. Sedangkan kunjungan wisatawan domestik(*local*) ke kota Malang :

Tabel 3
Kunjungan Wisatawan Domestik Ke Kota Malang

Bulan	Wisatawan Domestik			
	2017	2018	2019	2020
Januari/ <i>January</i>	311 317	449 551	481 014	97 312
Februari/ <i>February</i>	292 508	367 758	393 514	69 791
Maret/ <i>March</i>	305 669	329 974	353 076	54 701

Tabel 3

**Kunjungan Wisatawan Domestik Ke Kota Malang
(LANJUTAN)**

April/April	316 402	302 535	323 707	15 600
Mei/May	324 308	278 870	298 398	16 788
Juni/June	407 008	355 753	428 816	24 211
Oktober/October	524 031	352 337	372 445	69 534
November/November	566 657	411 428	435 283	81 776
Desember/December	63 055	573 865	609 359	77 409
Jumlah/Total	4 335 965	4 809 386	5 170 523	662 570
Peningkatan/Penurunan(%)	-	10,91	7,51	(87,19)

Sumber: Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kota Malang

Berdasarkan tabel 3 Kunjungan wisatawan domestik ke Kota Malang, dari tahun 2017-2019 bertambah jumlah kunjungan wisatawan dan mengalami peningkatan 10,91 % pada 2018, namun pada tahun 2019 hanya 7,51% peningkatan jumlah wisatawan, yang berarti turun sekitar 3% dibanding tahun sebelumnya. Pada tahun 2020 mengalami depresiasi yang signifikan sebesar 4.480.953 wisatawan atau - 87,19% dari tahun 2019. Hal ini ditimbulkan oleh pandemi *covid-19* dengan pengetatan jalur transportasi, mobilisasi dan kerumunan, sehingga kunjungan hampir 95% menurun dibanding sebelumnya.

Di Kota Malang, *MICE* menjadi primadona meskipun Kota Malang belum menjadi Kota tujuan untuk destinasi *MICE*. Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata berkomitmen untuk menjadi Kota Malang sebagai Kota tujuan Destinasi *MICE*. Dalam pengembangannya, Pemerintah mulai memperhatikan indikator yang menjadi tolok ukur dalam mendukung hal tersebut diantaranya adalah sektor akomodasi, daya tarik, perjalanan, transportasi, rekreasi, perdagangan, makanan dan minuman, tempat penyelenggaraan acara, keuangan dan teknologi informasi. *Stakeholder* terkait juga memperhatikan protokol kesehatan sebagai upaya pencegahan *covid-19* untuk penyelenggaraan *MICE* yang ada di Kota Malang. Kondisi ini mengarahkan untuk dilakukan kajian terkait pengaruh *MICE* terhadap kunjungan wisatawan ke Kota Malang di *era new normal*.

Beberapa penelitian kunjungan wisatawan dipengaruhi oleh *MICE* (Syaiful, 2018), yang menunjukkan *MICE* dapat meningkatkan kunjungan wisatawan selain budaya. Kajian Jabs Yabs, (2015) mengarahkan bahwa *MICE* memainkan peran penting dalam menangkap peluang pasar yang menguntungkan. Sedangkan Christine Lim dan Liang Zhu (2018), menemukan bahwa *MICE* meningkatkan kunjungan wisata.

Keberhasilan penyelenggaraan *MICE* tidak terlepas dari jumlah peserta yang mengikuti acara tersebut. Dengan kata lain, peserta *MICE* adalah wisatawan baik mancanegara maupun domestik yang mengunjungi suatu daerah atau negara dengan kepentingan mengikuti meeting, melakukan perjalanan (insentif)incentive, (konferensi)convention dan (pameran)exhibition di suatu ruang pertemuan atau hotel dan hall yang ada di mall. Wisatawan *MICE* akan menghabiskan waktu lebih lama di suatu destinasi wisata yang didukung oleh akomodasi, amenities, aksesibilitas dan daya tarik di daerah tersebut. *MICE* menghasilkan pendapatan yang sangat besar dalam industri pariwisata karena mendatangkan banyak pengunjung, hal inilah yang membuat *MICE* menjadi salah satu bisnis event yang sangat menguntungkan. Total occupancy dan juga

pendapatan hotel pada saat ini lebih didominasi dari sektor MICE yang berasal dari government atau corporate.

Dari situ dapat diketahui bahwa total occupancy kunjungan wisatawan berasal dari penyelenggaraan MICE baik yang ada di hotel, mall atau ruang pertemuan. Secara operasional Convention / Conference adalah pertemuan berbagai pihak berkepentingan sama yang diselenggarakan di hotel kota Malang untuk membahas berbagai hal dengan indikator jumlah kegiatan konferensi dan jumlah kegiatan pertunjukan. Exhibition adalah ajang pertemuan yang dihadiri secara bersama – sama yang diadakan di suatu ruang pertemuan atau ruang pameran hotel, dimana sekelompok produser (pembuat suatu produk) memamerkan produknya kepada produser/pembeli lainnya dalam suatu pameran dengan segmentasi marketnya yang berbeda. Secara operasional exhibition adalah pameran apapun bersifat individu atau kelompok yang diselenggarakan di hotel kota Malang, dengan indikator jumlah kegiatan pameran perjalanan wisata dan jumlah kegiatan pameran umum. Kunjungan wisatawan adalah setiap orang yang datang pada suatu negara atau daerah dengan maksud dan tujuan tertentu seperti melakukan perjalanan wisata, bisnis maupun mengunjungi kerabat. Pelaksanaan Meeting, Incentive, Convention dan Exhibition diikuti oleh peningkatan jumlah kunjungan wisatawan.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Christine lim et al dengan judul Examining the Link Between Meetings, Incentive, Exhibitions and Conventions (MICE) and Tourism Demand Using Generalized Methods of Moments (GMM): The Case of Singapore pada tahun 2018 ini menggunakan metode GMM (General Methods of Moments) menunjukkan hasil yang positif dan signifikan terhadap tourism demand.

Selanjutnya pada penelitian yang dilakukan oleh Sarah Jerono Yego dengan judul The Role of Conferences, Meetings and Exhibitions in Promoting International Business in The Ministry of East Africa Affairs Commerce and Tourism in Kenya pada tahun 2015 ini menggunakan metode deskriptif kualitatif menunjukkan bahwa promosi bisnis internasional melalui penyelenggaraan Conferences, Meetings dan Exhibitions dapat meningkatkan kunjungan wisatawan dan devisa negara di Kenya dan dinilai lebih efektif dari pada menggunakan international sales call.

Dari 2 penelitian yang telah direferensikan tersebut menambah bukti bahwa variabel (X) Meeting, Incentive, Convention dan Exhibition memiliki pengaruh terhadap variabel (Y) kunjungan wisatawan. Dari hasil analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti diperoleh hasil koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,980; menunjukkan bahwa secara bersama-sama terdapat hubungan yang kuat dan searah antara variabel Meeting (X1), Incentive (X2), Convention (X3), Exhibition (X4) dengan kunjungan wisatawan (Y) sebesar 98% sedangkan 2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Hubungan ini dapat dikategorikan kuat, sebagaimana diketahui bahwa suatu hubungan dikatakan sempurna jika koefisien korelasinya mencapai angka 100% atau 1 (baik dengan angka positif atau negatif).

Tujuan Penelitian ini adalah menganalisis diantara *Meeting, Incentives, Convention, dan Exhibition* yang paling berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan ke Kota Malang di era new normal.

B. METODE PENELITIAN/RESEARCH METHOD

Penelitian berfokus pada kunjungan wisatawan pada *era new normal* yang datang ke Kota Malang untuk kegiatan *MICE*. Dalam hal ini, kegiatan *MICE* dikaji pengaruhnya terhadap kunjungan wisatawan ke kota Malang di *era new normal* dengan penerapan protokol kesehatan.

Teknik pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi dengan menggunakan data sekunder. Teknik dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal – hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda. Data yang diperoleh melalui arsip laporan Meeting, Incentive, Convention and Exhibition dari Dinas Pemuda, Olahraga dan

Pariwisata Kota Malang pada bulan Maret 2020 – April 2021 yang menunjukkan penyelenggaraan aktivitas MICE.

Populasi penelitian adalah meeting, incentive, convention and exhibition serta kunjungan wisatawan ke Kota Malang di era new normal. Sampel penelitian adalah meeting, incentive, convention and exhibition serta kunjungan wisatawan ke Kota Malang perbulan selama periode Maret 2020 – April 2021, berjumlah 14.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angka-angka, rumus atau model matematis untuk mengetahui apakah ada pengaruh signifikan dan dominan variabel Meeting (X1), Incentive (X2), Convention (X3), dan Exhibition (X4), terhadap kunjungan wisatawan (Y) yang bersumber dari data penyelenggaraan MICE disetiap bulan selama periode Maret 2020 – April 2021 yang di dapatkan dari Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kota Malang serta kunjungan wisatawan yang dapat diakses di situs www.malangkota.bps.go.id

C. HASIL DAN ANALISIS/RESULTS AND ANALYSIS

Membuktikan hipotesis digunakan Uji parsial (Uji T). Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka artinya variabel *independent* (X) secara parsial signifikan berpengaruh terhadap variabel *dependent* (Y). Berikut hasil nilai signifikansi :

Tabel 1
Hasil Uji Parsial Berdasarkan Nilai Sig 5%

Variabel	Nilai sig.		sig	Keterangan
Meeting (X1)	0,024	<	0,05	Berpengaruh signifikan
Incentive (X2)	0,114	>	0,05	Tidak Berpengaruh signifikan
Convention (X3)	0,007	<	0,05	Berpengaruh Signifikan
Exhibition (X4)	0,628	>	0,05	Tidak Berpengaruh Signifikan

Sumber: data sekunder yang diolah, 2021

Sedangkan hasil uji parsial berdasarkan nilai t hitung diperoleh:

Tabel 2
Hasil Uji t Parsial Berdasarkan nilai Hitung dan tabel

Variabel	t _{hitung}		T _{tabel}	Keterangan
Meeting (X1)	2,720	>	2,262	Berpengaruh signifikan
Incentive (X2)	1,749	<	2,262	Tidak Berpengaruh signifikan
Convention (X3)	3,457	>	2,262	Berpengaruh signifikan
Exhibition (X4)	0,501	<	2,262	Tidak Berpengaruh signifikan

Sumber: data sekunder yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 1 dan 2 menghasilkan secara parsial hanya *meeting* dan *convention* yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ke kota Malang di *new normal*. Sedangkan *incentive* dan *exhibition* tidak terbukti memengaruhi kunjungan wisatawan ke kota Malang di *new normal*. Diantara *meeting* dan *convention* (berdasar tabel 8 menunjukkan *meeting* memiliki koefisien regresi sebesar 0,173 dan *convention* sebesar 0,459 (koefisien regresi *meeting* < koefisien regresi *convention*), maka *convention* paling berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan ke kota Malang di New Normal. Dengan demikian hipotesis 2 yang menyatakan *exhibition* paling berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan tidak terbukti.

Uji Asumsi Klasik hasil uji normalitas menunjukkan bahwa model regresi berdistribusi normal karena sudah mengikuti garis diagonal. Pada uji multikolinieritas tidak terjadi adanya multikolinieritas apabila nilai tolerance > 0,100 dan nilai VIF < 10,00. pada hasil dari uji tersebut

menunjukkan bahwa nilai tolerance > 0,100 dan nilai VIF < 10.00 sehingga tidak terjadi multikolinieritas.

Pada Uji Autokorelasi Nilai Durbin Watson pada hasil uji korelasi ini adalah 1,219 yang dimana nilai tersebut terletak diantara Angka D-W $-2 < 1,219 < +2$ sehingga tidak ditemukan adanya gejala autokorelasi. Sementara itu pada uji Heteroskedastisitas, tidak ditemukan adanya gejala heteroskedastisitas dikarenakan data sudah menyebar dan ada diatas angka 0 pada sumbu Y.

Berdasarkan hasil analisis data regresi linear berganda maka didapatkan persamaan $Y = -14334,14 + 91,39X_1 + 363,51X_2 + 375,98X_3 + 65,93X_4$. dengan demikian variabel *meeting*, *incentive*, *convention*, dan *exhibition* menunjukkan pengaruh yang positif dan searah.

Pada Uji Hipotesis dilakukan 2 uji yaitu Uji t parsial dan uji F (simultan) maka hasil yang dapat diketahui sebagai berikut:

1. Pengaruh *Meeting* Terhadap Kunjungan Wisatawan
Hasil uji t parsial berdasarkan nilai t hitung dan t tabel dapat disimpulkan bahwa variabel X1 (*Meeting*) memiliki nilai (t Hitung 2,720 > t Tabel 2,262) atau memiliki (nilai sig 0,024 < nilai sig 0,05) jadi Ho ditolak atau H1 diterima, sehingga dapat diartikan variabel X1 (*Meeting*) berpengaruh signifikan terhadap kunjungan wisatawan (Y).
2. Pengaruh *Incentive* Terhadap Kunjungan Wisatawan
Hasil uji t parsial berdasarkan nilai t hitung dan t tabel dapat disimpulkan bahwa variabel X1 (*Meeting*) memiliki nilai (t Hitung 1,749 < t Tabel 2,262) atau memiliki (nilai sig 0,114 < nilai sig 0,05) jadi Ho diterima atau H2 ditolak, sehingga dapat diartikan variabel X2 (*Incentive*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kunjungan wisatawan (Y).
3. Pengaruh *Convention* Terhadap Kunjungan Wisatawan
Hasil uji t parsial berdasarkan nilai t hitung dan t tabel dapat disimpulkan bahwa variabel X3 (*Convention*) memiliki nilai (t Hitung 3,457 > t Tabel 2,262) atau memiliki (nilai sig 0,007 < nilai sig 0,05) jadi Ho ditolak atau H3 diterima, sehingga dapat diartikan variabel X3 (*Convention*) berpengaruh signifikan terhadap kunjungan wisatawan (Y).
4. Pengaruh *Exhibition* Terhadap Kunjungan Wisatawan
Hasil uji t parsial berdasarkan nilai t hitung dan t tabel dapat disimpulkan bahwa variabel X4 (*Exhibition*) memiliki nilai (t Hitung 0,501 < t Tabel 2,262) atau memiliki (nilai sig 0,628 < nilai sig 0,05) jadi Ho diterima atau H4 ditolak, sehingga dapat diartikan variabel X4 (*Exhibition*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kunjungan wisatawan (Y).
5. Pengaruh *Meeting*, *Incentive*, *Convention* dan *Exhibition* Terhadap Kunjungan Wisatawan
Berdasarkan hasil uji simultan atau diuji secara bersama – sama terhadap semua variabel disimpulkan bahwa variabel *Meeting* (X1), *Incentive* (X2), *Convention* (X3), *Exhibition* (X4) secara simultan berpengaruh terhadap variabel kunjungan wisatawan (Y) karena memiliki nilai sig .000 lebih kecil dari sig 0.05. Berdasarkan Nilai Hitung dan Tabel dengan menggunakan rumus $(k; n-k) = (4; 14-4) = 4; 10$, Nilai distribusi F tabel 0,05 pada penelitian ini adalah 3.48 sehingga nilai F 74.6 lebih besar dari nilai F tabel 3,48, maka variabel *Meeting* (X1), *Incentive* (X2), *Convention* (X3), *Exhibition* (X4) secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel kunjungan wisatawan (Y).
6. *Convention* paling berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan.
Berdasarkan hasil analisis uji t parsial, membuktikan bahwa hipotesis 2 tidak teruji (tidak terbukti), karena hanya *Meeting* dan *Convention* yang memiliki pengaruh terhadap kunjungan

wisatawan, dan *Convention* yang paling berpengaruh bukan *exhibition* yang paling berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan ke Malang di *New Normal*.

Hal ini bermakna *convention* berpengaruh signifikan terhadap kunjungan wisatawan ke kota Malang pada era *new normal*. Dengan demikian hipotesis 2 yang menyatakan *exhibition* paling berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan tidak terbukti.

D. SIMPULAN/CONCLUSION

Setelah dilakukan penelitian, Meeting, incentive, convention, dan exhibition mempengaruhi kunjungan wisatawan ke kota Malang di *new normal* sebesar 98% maka dapat ditarik kesimpulan variabel Meeting (X1), Incentive (X2), Convention (X3), Exhibition (X4) secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel kunjungan wisatawan (Y).

Berdasarkan hasil analisis membuktikan bahwa hanya *Meeting* dan *Convention* yang memiliki pengaruh terhadap kunjungan wisatawan, dan *Convention* yang paling berpengaruh bukan *exhibition* yang paling berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan ke Malang di *New Normal*. Hal ini bermakna *convention* berpengaruh signifikan terhadap kunjungan wisatawan ke kota Malang pada era *new normal*. Dengan demikian yang menyatakan *exhibition* paling berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan tidak terbukti.

DAFTAR REFERENSI/REFERENCES

References:

Journal Article:

- Arcana, K. T. (2014). Implementasi Konsep "Sustainable Event Management" Dalam Pengelolaan Kegiatan Mice Di Kawasan Wisata Nusa Dua Bali. *JUMPA Volume 01, Nomor 01*, hal 96.
- Haryanti, S. (2017). Pengaruh MICE Terhadap Laba Kotor Food and Beverage di Hotel Trans Luxury Bandung. *Proyek Akhir jurusan Hospitality Program Studi Administrasi Hotel Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung*.
- Heri Setyawan, C. L. (2014). Bali Sebagai Model Pengembangan Destinasi Mice Di Indonesia. *SEMINAR NASIONAL RISET INOVATIF II*, 569 - 573.
- Indrajaya, T. (2015). Potensi Industri MICE (Meeting, Incentive, Conference and Exhibition) di Kota Tangerang Selatan, Banten. *Jurnal Ilmiah Widya*, 80-87.
- Kusumaningtyas, M. (2020). New Normal : Pelajaran Yang Dipetik Dari Covid 19 Untuk Usaha Perhotelan Yang Beroperasi Di Jawa Timur. *Journal Ecopreunur 12*, hal 80.
- Lim, C. & Zhu, L. (2018). Examining the Link Between Meetings, Incentive, Exhibitions and Conventions (MICE) and Tourism Demand Using Generalized Methods of Moments (GMM): The Case of Singapore pada tahun 2018 ini menggunakan metode GMM (General Methods of Moments *Journal of Travel & Tourism Marketing, Vol 35, issue 7, 846-855*
- Nadzir, M. M. (2016). Analisis Usaha Event Organizer MICE (Meeting, Incentive, Conference and Exhibition). *Vol 7, No 2 September 2016*, 170-193.
- Ryantoro, S. A. P. (2018). Potensi MICE dalam peningkatan okupansi di Hotel Semarang . *Seminar Nasional Struktural (50-56)*.
- Rindi Simpenti, E. B. (2015). Pengembangan Kota Malang Menjadi Kota MICE. *Spectra Volume Number 26 Volume XIII*, 11-24.
- Setyawan, H. (2018). Daya Saing Destinasi MICE di Indonesia. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 27.
- Yego, S. J. (2015). *The Role of Conferences, Meetings and Exhibitions in Promoting International Business in The Ministry of East Africa Affairs Commerce and Tourism in Kenya. Repository UONBI*.

Book

- BPS Kota Malang. (2021). *Kota Malang Dalam Angka 2021*. Malang: BPS Kota Malang.
- Kesrul, M. (2004). *Meeting, Incentive Trip, Conference, Exhibition*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kesrul, M. (2004). Tujuan Event - Pertemuan (Meeting). In *Meeting, Incentive Trip, Conference, Exhibition* (p. 8). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, A. S. (2000). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Internet Source

- Badan Pusat Statistik. (2020, 10 1). *Jumlah Kunjungan Wisman Ke Indonesia Tahun 2020 Mencapai 164,97 ribu Kunjungan*. From www.bps.go.id:
[https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/10/01/1719/jumlah-kunjungan-wisman-ke-indonesia-agustus-2020-mencapai-164-97-ribu-kunjungan-.html#:~:text=Secara%20kumulatif%20\(Januari%E2%80%93Agustus%202020,berjumlah%2010%2C71%20juta%20kunjungan.%20diakses%20pada%2016%20April%202021](https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/10/01/1719/jumlah-kunjungan-wisman-ke-indonesia-agustus-2020-mencapai-164-97-ribu-kunjungan-.html#:~:text=Secara%20kumulatif%20(Januari%E2%80%93Agustus%202020,berjumlah%2010%2C71%20juta%20kunjungan.%20diakses%20pada%2016%20April%202021)
- Kemenparekraf. (2020, September). *Panduan Pelaksanaan CHSE Pada Penyelenggaraan Kegiatan Pertemuan, Insentif, Konvensi dan Pameran*. From www.kemenparekraf.go.id:
<http://www.kemenparekraf.go.id>
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2011, Juli 02). *Warta Ekspor-Potensi Industri Mice di Indonesia*. From www.djpen.kemendag.go.id: <http://www.djpen.kemendag.go.id>

Pengaruh Aspek MICE Terhadap Kunjungan Wisatawan ke Kota Malang di Era New Normal

ORIGINALITY REPORT

22%
SIMILARITY INDEX

20%
INTERNET SOURCES

8%
PUBLICATIONS

7%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	journal.stp-bandung.ac.id Internet Source	5%
2	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	1%
3	repository.upi.edu Internet Source	1%
4	annalsofrscb.ro Internet Source	1%
5	adoc.pub Internet Source	1%
6	theses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%
7	openjournal.unpam.ac.id Internet Source	1%
8	www.tandfonline.com Internet Source	1%

digilib.uinsby.ac.id