

## I. TINJAUAN PUSTAKA

### 1.1. MICE

#### 1.1.1. Pengertian MICE

Menurut Pendit dalam Nadzir (2016), menjelaskan bahwa MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*) merupakan wisata konvensi yang memiliki batasan usaha jasa konvensi, perjalanan insentif, dan pameran dengan mengadakan pertemuan sekelompok orang membahas masalah dengan tujuan yang sama.

Menurut Kesrul dalam Desthiani & Suwandi (2019), istilah MICE adalah suatu kegiatan kepariwisataan yang aktivitasnya menggabungkan antara *business* dengan *leisure*, serta menyertakan sekelompok orang dalam waktu bersamaan dengan bentuk kegiatan seperti *meeting, incentive travels*, konvensi, konferensi, dan pameran.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa MICE adalah suatu pertemuan yang kegiatannya terdiri dari *meeting, incentive, convention, dan exhibition* yang memiliki perpaduan antara perjalanan wisata dengan perjalanan bisnis untuk membahas suatu hal dengan sekelompok orang yang memiliki tujuan yang sama.

#### 1.1.2. Pihak Penyelenggara MICE

Keberhasilan suatu *event* tergantung dari kinerja penyelenggara. Berikut ini pihak-pihak yang terlibat langsung dalam penyelenggara MICE, yaitu :

1. *Event Organizer* (EO)

*Event Organizer* adalah sebutan untuk penyediaan jasa profesional dalam manajemen acara, seperti membantu klien dalam mengatur acara yang klien inginkan sesuai dengan anggaran klien dan menawarkan konsep yang menarik kepada pelanggan.

2. *Professional Conference Organizer* (PCO)

*Professional Conference Organizer* (PCO) adalah badan hukum, individu, dan kelompok yang misinya adalah membuat perencanaan, mempromosikan, mempersiapkan, melaksanakan, mengevaluasi dan bertanggungjawab atas menyelesaikan konferensi yang berhasil secara profesional.

3. Hotel

Hotel merupakan bangunan, perusahaan, atau bisnis yang menyediakan layanan akomodasi dan juga menawarkan makanan dan minuman kepada tamu yang datang dan menggunakan layanan lain.

#### 4. *Profesional Exhibition Organizer* (PEO)

*Profesional Exhibition Organizer* (PEO) adalah perusahaan yang bertugas merencanakan, mempersiapkan, dan melaksanakan pameran secara profesional.

#### 5. Biro Perjalanan Wisata

Biro perjalanan wisata adalah perusahaan jasa yang mengelola dan menyelenggarakan perjalanan serta perencanaan dan persinggahan khususnya untuk kegiatan wisata domestik dan internasional.

#### 6. Biro Konvensi

Biro konvensi adalah organisasi pemerintahan yang bertindak sebagai perantara antara PCO/PEO dan organisasi internasional, dan antara calon peserta konvensi dan pemasok (akomodasi, biro perjalanan, restoran, dll.).

Berdasarkan beberapa pihak penyelenggara MICE yang ada di atas, *Event Organizer* merupakan salah satu penyelenggara yang paling umum dan dikenal oleh masyarakat (Desthiani & Suwandi, 2019).

## **1.2. *Event Organizer***

### **1.2.1. Pengertian *Event Organizer***

Menurut Setyawan dalam Ramdhani, dkk. (2018), *Event Organizer* (EO) ialah sebuah usaha yang bergerak dalam bidang jasa yang dipilih secara legal oleh *customer* untuk mengatur dan mengorganisasikan suatu kegiatan acara mulai dari konsep, perencanaan, persiapan hingga selesai untuk membantu *customer* dalam memenuhi tujuan keberlangsungan kegiatan acara yang digelar. *Event Organizer* (EO) merupakan sekumpulan orang yang berada di dalam sebuah organisasi untuk mengontrol suatu acara kegiatan mulai dari perencanaan, pelaksanaan hingga selesai (Keizer, 2011).

Dapat disimpulkan bahwa *Event Organizer* merupakan suatu usaha yang bergerak dalam bidang jasa, bertujuan untuk mengorganisasikan dalam membuat perencanaan dan pelaksanaan kegiatan hingga selesai.

### 1.2.2. Klasifikasi *Event Organizer*

Klasifikasi ini muncul secara alamiah, biasanya menyangkut klien yang sudah biasa ditangani. Menurut Rumerung (2018), menjelaskan klasifikasi EO terdiri dari dua, yaitu :

- EO Spesialisasi Kontraktor, yaitu spesialis EO dalam melayani kebutuhan perusahaan dengan kegiatan yang sudah disusun internal oleh sebuah perusahaan, namun membutuhkan EO untuk membantu melaksanakan rencana kegiatan tersebut.
- EO Spesialisasi Program, yaitu spesialis EO yang membuat *event* untuk ditawarkan kepada sponsor.

## 1.3. Pemasaran Digital

### 1.3.1. Pengertian Pemasaran Digital

Sanjaya & Tarigan dalam Febriyantoro & Arisandi (2018), pemasaran digital merupakan kegiatan pemasaran termasuk *branding*, berbagai media berbasis web seperti *Blog*, *Website*, *Email*, *Adwords*, dan jejaring sosial. Menurut (Chakti, 2019) Pemasaran digital adalah segala upaya pemasaran untuk memungkinkan dapat berkomunikasi dengan konsumen melalui saluran komunikasi *online* menggunakan perangkat yang terhubung internet dan media digital dengan berbagai strategi.

Menurut Chaffey dalam Sihombing, dkk. (2022), Pemasaran digital adalah penggunaan inovasi untuk membuat koneksi *online* ke pasar, baik melalui situs web, *database*, televisi dan pesan yang bersifat digital. Menurut Saputra, dkk. (2020), menjelaskan bahwa *digital marketing* merupakan pemasaran atau promosi sebuah merek atau produk melalui dunia digital atau internet.

Berdasarkan pemaparan yang dijelaskan di atas, dapat disimpulkan bahwa pemasaran digital merupakan suatu upaya dalam menjualkan atau mempromosikan suatu produk atau jasa ke pasar, baik melalui situs web, *database*, ataupun pesan yang menggunakan media digital untuk memasarkannya secara *online*

### 1.3.2. Jenis-Jenis Pemasaran Digital

Menurut Kurniawan dalam Saputra, dkk. (2020), terdapat beberapa jenis pemasaran digital, yaitu :

#### 1. *Website*

*Website* merupakan salah satu jenis *digital marketing*. Pada era seperti saat ini, hampir semua produk menggunakan *website* sebagai sarana promosi. Hal tersebut sesuai dengan

sebagian masyarakat milenial yang mencari produk atau jasa di internet, dengan *website* pengusaha dapat memasarkan produk dan jasanya ke pengguna internet yang lebih luas. Tidak hanya itu, konsumen juga dapat menilai dan melihat berbagai produk dan jasa yang akan dibeli dan digunakan.

Adapun keuntungan dalam menggunakan *website*, seperti:

- a. Sebagai media promosi yang dapat diakses kapan saja, jadi penjual dapat merespon permintaan konsumen selama 24 jam penuh.
- b. Menyediakan informasi valid kepada konsumen mengenai produk/jasa.
- c. Lebih efisien dan menghemat biaya pemasaran.

## 2. SMM (*Social Media Marketing*)

Sebagian besar masyarakat menggunakan media sosial untuk menambah relasi dan menjalin komunikasi. Media sosial juga dapat dioptimalkan untuk pemasaran digital, misalnya *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, dan lain sebagainya untuk memasarkan produk atau jasa, bahkan media sosial dapat dijadikan pebisnis untuk menyebarkan platform agar bisa menjalin kedekatan dengan klien.

## 3. SEM (*Search Engine Marketing*)

Pemasaran digital berupa SEM membantu *website* yang dibuat terlihat di halaman pertama mesin pencarian seperti *Google*. Terdapat upaya yang dilakukan agar membuat *website* dapat muncul di halaman pertama *Google* dengan menggunakan dua kategori berikut ini.

- a. *Search Engine Marketing* (SEM), yaitu cara kerja utamanya meningkatkan visibilitas melalui periklanan dan pengoptimalan dengan mengeluarkan biaya. Beberapa yang digunakan dalam SEM berupa, *Google Ads*, *Pay per Click* (PPC), dan *Bing Ads*.
- b. *Search Engine Optimazation* (SEO) yaitu merupakan upaya untuk meningkatkan *website* di halaman pertama *Google* melalui strategi atau kata kunci dalam konten/artikel. Berbeda dengan SEM yang berbayar, SEO dapat dilakukan tanpa mengeluarkan biaya. SEO umumnya terdiri dari dua bagian yaitu optimasi *on-page* dan optimasi *off-page*.

Antara SEO dan SEM keduanya saling melengkapi. Namun, jika ingin mengembangkan *website* baru akan lebih baik menggunakan SEM, tetapi jika ingin menetapkan kredibel *website* akan lebih baik jika menggunakan SEO.

## 4. *Email Marketing*

*Email Marketing* digunakan untuk melakukan pemasaran ke klien melalui *email* dengan cara mengirimkan promo terbaru terhadap klien. Terdapat beberapa *tools* yang bisa dimanfaatkan untuk *Email Marketing*, yaitu *constant contact*, *mailchimp*, dll.

#### 5. Video Marketing

Pemasaran video memungkinkan untuk menampilkan konsep menarik melalui tampilan audio dan video. *Video Marketing* saat ini juga sudah dilengkapi dengan SEO sehingga bisa menentukan target *audiens* yang tepat. Umumnya *video marketing* ini dibantu dengan platform *Youtube* untuk menarik konsumen. Namun, tetap memerlukan video pemasaran dengan konten yang menarik dan judul unik yang diinginkan pengguna internet.

#### 6. Iklan secara Online

Jenis pemasaran digital ini hampir mirip dengan internet *advertising* dan berbayar. Adapun cara yang dilakukan untuk beriklan melalui PPC (*Pay Per Click*), *Youtube* atau lainnya. Namun, untuk memanfaatkan media *online*, perlu menyiapkan biaya promosi dahulu. Keuntungan menggunakan iklan *online* adalah bisnis dapat menargetkan konsumen melihat iklan yang ditampilkan secara *online*.

Menurut Suryapranatha & Yulianti (2022) terdapat jenis-jenis pemasaran digital yang lebih efektif, yaitu :

1. *Search Engine Optimazation* (SEO) adalah cara utama yang digunakan orang untuk mengoptimalkan mesin.
2. *Search Engine Marketing* (SEM) adalah jenis pemasaran digital lainnya yang membantu produk muncul di halaman pertama mesin pencarian.
3. *Social Media Marketing* (SMM) merupakan bagian penting dari kehidupan modern saat ini. Hampir semua orang menggunakan media sosial.
4. *Pay Per Click* (PPC) adalah teknik pemasaran digital yang menggunakan internet dan situs web sebagai alatnya.
5. *Contenct Marketing* adalah teknik pemasaran yang dilakukan dengan membuat konten yang bermakna dan berkualitas bagi penggunanya.
6. *Viral Marketing* adalah proses pengiriman pesan tertulis atau gambar kepada semua pelanggan yang telah mendaftar situs web pribadi dan platform.
7. *Influencer Marketing*, sosial media *influencer* berdampak besar pada pengikutnya.