ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Vol.5, No.11, Oktober 2026

Analisis Deskriptif Kontribusi Sektor MICE terhadap Pemberdayaan UMKM di Labuan Bajo

Rovalz Candra kirana[1]
[1] Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta, Indonesia
E-mail: rovalzcandra@gmail.com[1]

Article History:
Received: 28 Juli 2026
Revised: 20 September 2026
Accepted: 01 Oktober 2026

Keywords: *Sektor Mice, Pemberdayaan UMKM, Ekonomi Lokal, Labuan Bajo.*

Abstrak: *Labuan Bajo sebagai salah satu destinasi pariwisata super prioritas di Indonesia terus berkembang pesat, terutama dalam sektor MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition).Hal ini terlihat dari semakin seringnya diselenggarakan acara berskala nasional maupun internasional, seperti KTT ASEAN 2023. Pertumbuhan sektor pariwisata secara tidak langsung menciptakan peluang ekonomi bagi pengusaha usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sekitar area wisata, baik melalui penyediaan layanan penginapan, makanan dan minuman, jasa angkutan, maupun barang kerajinan buatan lokal. Namun demikian, kontribusi nyata sektor MICE terhadap pemberdayaan UMKM di Labuan Bajo masih memerlukan analisis yang lebih mendalam, karena masih terdapat perbedaan akses pasar, keterbatasan kemampuan SDM, serta kurangnya partisipasi UMKM lokal dalam sistem penyelenggaraan acara MICE. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan peran sektor MICE dalam mendorong pengembangan UMKM di Labuan Bajo, mengetahui berbagai cara UMKM terlibat dalam ekosistem MICE, serta menemukan faktor-faktor yang mendorong dan menghambat terwujudnya peran tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan metode pengumpulan data meliputi wawancara mendalam, observasi di lapangan, serta studi dokumen terhadap para pelaku UMKM, pengelola venue atau hotel MICE, serta instansi terkait seperti Dinas Pariwisata dan Dinas Koperasi UMKM di wilayah tersebut. Data tersebut dianalisis secara kualitatif deskriptif untuk memberikan gambaran yang lebih dalam mengenai kondisi sebenarnya di lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sektor MICE memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan sebagian UMKM lokal, namun kontribusinya belum merata dan masih terkendala keterbatasan akses informasi serta jaringan kemitraan dengan*

penyelenggara event. Penelitian ini menyarankan peningkatan kerja sama antara penyelenggara acara MICE dengan para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah lokal, serta perlu dilakukan peningkatan kemampuan dan pemasaran secara digital untuk memaksimalkan manfaat ekonomi sektor MICE dalam mendukung pengembangan UMKM di Labuan Bajo.

PENDAHULUAN

Pariwisata telah lama diakui sebagai sektor strategis yang berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat melalui berbagai usaha yang muncul di sekitar destinasi wisata. Salah satu lokasi yang mengalami perubahan signifikan dalam sektor pariwisata dalam beberapa tahun terakhir adalah Labuan Bajo, yang terletak di Kabupaten Manggarai Barat, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Labuan Bajo ditetapkan sebagai salah satu dari lima Destinasi Pariwisata Super Prioritas (DSP) di Indonesia, yang mendorong pembangunan infrastruktur besar-besaran seperti perluasan Bandara Komodo, penataan pelabuhan, dan pembangunan fasilitas pendukung lainnya. Ini merupakan bagian dari upaya pemerintah untuk menjadikan Labuan Bajo sebagai destinasi wisata kelas dunia yang berdaya saing serta berkelanjutan (Sulaiman et al., 2025).

Salah satu pencapaian signifikan dalam transformasi ini adalah meningkatnya kepercayaan Labuan Bajo sebagai tuan rumah untuk berbagai event berskala nasional dan internasional, dengan acara paling menonjol adalah KTT ASEAN ke-42 yang diadakan pada Mei 2023. Acara ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana diplomasi internasional, tetapi juga sebagai alat soft power untuk mempromosikan citra pariwisata Indonesia di kancah global. Selain itu, hal ini membuktikan bahwa Labuan Bajo telah siap menjadi lokasi penyelenggaraan MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) tingkat internasional (Tamasya: Jurnal Pariwisata Indonesia, 2026). Terjadi peningkatan signifikan dalam okupansi hotel yang hampir mencapai 100% pada periode tertentu akibat penyelenggaraan KTT tersebut, disertai dengan peningkatan konsumsi masyarakat lokal, yang menegaskan bahwa acara MICE besar dapat menyebarkan manfaat ekonomi kepada berbagai pelaku usaha di sekitarnya, termasuk sektor perhotelan, transportasi, dan berbagai usaha jasa lainnya.

Sektor MICE secara umum memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan pariwisata biasa. Wisatawan yang datang untuk keperluan MICE biasanya mengeluarkan dana yang jauh lebih besar, bahkan bisa mencapai tujuh kali lipat lebih tinggi dibandingkan wisatawan biasa, serta cenderung menghabiskan waktu lebih lama di destinasi yang mereka kunjungi (Desthiani & Suwandi, dalam DHIGANA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Bidang Ilmu Manajemen, 2023). Karakteristik ini memberikan sektor MICE potensi yang signifikan dalam menciptakan efek pengganda ekonomi (multiplier effect) yang luas, karena penyelenggaraan kegiatan MICE melibatkan hampir seluruh rantai nilai dalam industri pariwisata, mulai dari perhotelan, transportasi, biro perjalanan wisata, percetakan, perusahaan suvenir, event organizer, gedung pertemuan, hingga Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menyediakan produk dan jasa pendukung (Kusuma, 2019). Data dari International Congress and Convention Association (ICCA) juga menunjukkan bahwa pertumbuhan industri MICE secara konsisten memberikan dampak positif terhadap perekonomian negara maupun daerah tujuan wisata (Maranisya, dalam DHIGANA, 2023).

Namun, meskipun sektor MICE memiliki potensi besar, tidak ada jaminan bahwa manfaat

ekonominya akan dirasakan secara merata oleh semua pelaku usaha di destinasi tersebut, terutama oleh UMKM lokal yang sering kali memiliki keterbatasan dalam hal modal, akses pasar, dan kapasitas kelembagaan jika dibandingkan dengan pelaku usaha besar. Isu ini semakin penting mengingat UMKM merupakan pilar utama perekonomian di banyak destinasi wisata di Indonesia, termasuk Labuan Bajo. Namun, keterlibatan mereka dalam ekosistem pariwisata berskala besar seperti MICE sering kali masih bersifat marginal dan belum terintegrasi dengan baik dalam rantai pasok penyelenggaraan event. Beberapa penelitian sebelumnya di berbagai destinasi wisata lain di Indonesia juga menunjukkan hal yang serupa.Dalam konteks Labuan Bajo secara spesifik, penelitian yang dilakukan oleh Sulaiman et al. (2025) mengenai strategi pengembangan UMKM di destinasi pariwisata super prioritas menemukan bahwa pelaku UMKM lokal sesungguhnya memiliki potensi besar yang didukung oleh berbagai kebijakan pemerintah, namun dalam praktiknya mereka masih menghadapi tantangan signifikan, terutama dalam hal akses pasar dan pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran produk. Penelitian tersebut merekomendasikan strategi peningkatan kapasitas sumber daya manusia, diversifikasi produk, serta digitalisasi pemasaran sebagai langkah utama untuk mendorong pembangunan ekonomi lokal yang lebih inklusif. Sejalan dengan temuan tersebut, penelitian Salukh, Pandie, dan Fanggidae (2023) yang mengevaluasi kebijakan pengembangan pariwisata super prioritas berkelanjutan di Labuan Bajo turut menyoroti bahwa aspek kesadaran pariwisata (*tourism awareness*) di kalangan masyarakat lokal, termasuk pelaku usaha kecil, masih memerlukan penguatan lebih lanjut agar manfaat ekonomi dari pertumbuhan pariwisata—termasuk dari sektor MICE—dapat dirasakan secara lebih merata dan berkelanjutan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa meskipun sektor MICE secara teoretis maupun empiris memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan pemberdayaan pelaku usaha lokal, penelitian yang secara spesifik dan mendalam mengkaji sejauh mana kontribusi nyata sektor MICE terhadap pemberdayaan UMKM di Labuan Bajo masih sangat terbatas. Sebagian besar penelitian terdahulu cenderung membahas isu pemberdayaan UMKM pariwisata secara umum, atau berfokus pada strategi pengembangan UMKM di destinasi super prioritas secara luas, tanpa secara eksplisit mengaitkannya dengan dinamika sektor MICE sebagai sub-sektor pariwisata yang memiliki karakteristik ekonomi, rantai nilai, dan pola keterlibatan pelaku usaha yang berbeda dari pariwisata konvensional. Kesenjangan penelitian (*research gap*) inilah yang mendasari pentingnya penelitian ini dilakukan, guna mendeskripsikan secara mendalam dan kontekstual bagaimana kontribusi sektor MICE terhadap pemberdayaan UMKM di Labuan Bajo, mencakup bentuk-bentuk keterlibatan UMKM dalam ekosistem penyelenggaraan MICE, manfaat ekonomi yang dirasakan, serta faktor pendukung dan penghambat yang memengaruhi optimalisasi kontribusi tersebut, sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi keilmuan sekaligus rekomendasi praktis bagi pemangku kebijakan dalam merumuskan strategi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

LANDASAN TEORI

Berisi landasan teori yang dipakai pada penelitian ini. Pada bagian ini disarankan memuat banyak pendapat ahli dan berbagai referensi untuk memperkuat penelitian ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif dengan metode kualitatif yang Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif dengan metode kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan secara komprehensif kontribusi sektor *Meetings, Incentives,*

Conferences, and Exhibitions (MICE) terhadap pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur. Pendekatan deskriptif dipilih karena penelitian ini tidak berfokus pada pengujian hipotesis maupun hubungan kausal antarvariabel, melainkan menggambarkan kondisi empiris mengenai bentuk kontribusi sektor MICE terhadap peningkatan kapasitas, akses pasar, kesempatan usaha, serta penguatan daya saing UMKM di kawasan destinasi pariwisata tersebut.

Lokasi penelitian dipilih secara purposif mengingat Labuan Bajo merupakan salah satu Destinasi Pariwisata Super Prioritas (DPSP) yang telah berkembang sebagai tujuan wisata sekaligus destinasi penyelenggaraan kegiatan MICE berskala nasional maupun internasional. Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu individu yang dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung dalam penyelenggaraan kegiatan MICE maupun pengembangan UMKM, yang meliputi pejabat Dinas Pariwisata, pengelola destinasi, penyelenggara acara (*event organizer*), pengelola hotel atau pusat konvensi, pelaku UMKM, asosiasi usaha, serta tokoh masyarakat. Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*), observasi lapangan, serta dokumentasi terhadap aktivitas penyelenggaraan MICE dan keterlibatan UMKM. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen resmi pemerintah, laporan Badan Pusat Statistik (BPS), publikasi Kementerian Pariwisata, laporan penyelenggaraan kegiatan MICE, jurnal ilmiah, buku, dan berbagai literatur yang relevan dengan pengembangan pariwisata, industri MICE, dan pemberdayaan UMKM.

Fokus analisis meliputi karakteristik sektor MICE di Labuan Bajo, bentuk keterlibatan UMKM dalam rantai penyelenggaraan kegiatan MICE, kontribusi ekonomi yang diterima UMKM, peningkatan kapasitas usaha, perluasan jaringan pemasaran, serta berbagai kendala yang dihadapi dalam memanfaatkan peluang industri MICE. Analisis data dilakukan secara deskriptif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dengan mengacu pada model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian menerapkan teknik triangulasi sumber, triangulasi metode, dan triangulasi dokumen dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan serta dokumen pendukung. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan menggunakan konsep pemberdayaan UMKM, teori *multiplier effect* pariwisata, serta konsep industri MICE sehingga mampu memberikan gambaran yang utuh mengenai kontribusi sektor MICE terhadap pemberdayaan UMKM di Labuan Bajo sebagai dasar penyusunan rekomendasi bagi pemerintah daerah, pelaku industri, dan pemangku kepentingan dalam mewujudkan pengembangan pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perkembangan Sektor MICE di Labuan Bajo

Labuan Bajo adalah salah satu Destinasi Pariwisata Super Prioritas (DPSP) yang mengalami kemajuan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Destinasi ini tidak hanya berfungsi sebagai gerbang menuju Taman Nasional Komodo, tetapi juga diarahkan untuk mendukung industry Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions (MICE). Kebijakan pemerintah yang bertujuan untuk mendiversifikasi produk pariwisata menjadi pendorong utama pengembangan sektor MICE di Labuan Bajo, menghindari ketergantungan pada wisata rekreasi, serta menarik wisatawan bisnis dan penyelenggara acara berskala nasional maupun internasional. Dukungan ini terlihat dalam pembangunan dan peningkatan infrastruktur, termasuk perluasan Bandara Internasional Komodo, peningkatan konektivitas transportasi darat dan laut, penataan kawasan waterfront, serta pengembangan hotel berbintang dan fasilitas konvensi. Selain itu, sarana

penunjang lainnya yang mendukung kegiatan MICE juga disediakan. Perkembangan ini diperkuat dengan berbagai agenda resmi pemerintah, forum bisnis, konferensi, pameran, dan pertemuan organisasi, menjadikan Labuan Bajo sebagai lokasi strategis di Indonesia Timur.

Karakteristik Labuan Bajo yang menggabungkan keindahan alam, kekayaan budaya lokal, dan fasilitas pariwisata modern memberikan keunggulan dibandingkan dengan destinasi MICE tradisional. Peserta kegiatan tidak hanya terlibat dalam agenda resmi, tetapi juga dapat menikmati pengalaman wisata dengan mengunjungi Pulau Komodo, Pulau Padar, Pink Beach, dan berbagai tujuan budaya di Kabupaten Manggarai Barat. Hal ini mendorong terbentuknya ekosistem ekonomi yang melibatkan berbagai pelaku usaha, termasuk hotel, restoran, penyedia transportasi, event organizer, penyedia perlengkapan acara, jasa dokumentasi, serta pelaku UMKM yang menawarkan produk kuliner, kerajinan tangan, suvenir, dan berbagai jasa lainnya. Kehadiran sektor MICE memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan tingkat hunian hotel, durasi tinggal wisatawan, serta perputaran ekonomi lokal yang dipicu oleh meningkatnya permintaan barang dan jasa selama kegiatan berlangsung. Pemerintah daerah, bersama dengan pemerintah pusat, terus berupaya memperkuat kapasitas sumber daya manusia, meningkatkan kualitas layanan, melakukan digitalisasi promosi destinasi, serta mendorong kolaborasi antara pelaku industri, akademisi, komunitas, dan masyarakat. Semua ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing Labuan Bajo sebagai destinasi MICE yang berkelanjutan.

Namun, perkembangan sektor MICE di Labuan Bajo masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan kapasitas venue besar, kebutuhan untuk meningkatkan kompetensi tenaga kerja profesional di bidang MICE, penguatan standar pelayanan, dan perlunya keterlibatan UMKM yang lebih luas dalam rantai pasok industri. Tantangan-tantangan ini menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan MICE tidak hanya bergantung pada ketersediaan infrastruktur fisik, tetapi juga pada kualitas tata kelola destinasi, sinergi antara pemangku kepentingan, serta kemampuan pelaku usaha lokal dalam memenuhi kebutuhan pasar MICE yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, perkembangan sektor MICE di Labuan Bajo harus dilihat sebagai bagian dari strategi pembangunan pariwisata yang tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan citra destinasi di tingkat nasional dan internasional, tetapi juga untuk menciptakan manfaat ekonomi yang inklusif melalui pemberdayaan masyarakat dan penguatan UMKM sebagai aktor utama dalam mendukung keberlanjutan industri pariwisata daerah.

1. **Bentuk Keterlibatan UMKM dalam Ekosistem MICE**

   Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM di sekitar kawasan Labuan Bajo, ditemukan beberapa bentuk keterlibatan UMKM dalam ekosistem penyelenggaraan MICE, yaitu:

   a. Penyediaan akomodasi dan homestay

      Sebagian pelaku usaha penginapan skala kecil turut menerima limpahan tamu ketika hotel berbintang mengalami kepenuhan pada saat penyelenggaraan event besar.

   b. Penyediaan kuliner dan catering

      Pelaku UMKM kuliner terlibat dalam penyediaan makanan dan minuman untuk peserta event, baik secara langsung bermitra dengan penyelenggara maupun melalui penjualan mandiri di sekitar lokasi event

   c. Jasa transportasi dan pemandu wisata

      Pelaku usaha transportasi lokal (ojek, sewa mobil, kapal wisata) turut merasakan peningkatan permintaan jasa selama periode MICE berlangsung.

d. Kerajinan dan suvenir local

Beberapa UMKM kerajinan tenun dan suvenir khas Manggarai Barat mendapatkan kesempatan memasarkan produknya sebagai bagian dari *goodie bag* atau suvenir resmi kegiatan tertentu, meskipun keterlibatan ini masih bersifat insidental dan belum menjadi mekanisme yang melembaga.

Temuan ini sejalan dengan karakteristik industri MICE yang melibatkan hampir seluruh rantai nilai pariwisata, mulai dari akomodasi, transportasi, hingga UMKM sebagai penyedia produk dan jasa pendukung (Kusuma, 2019). Namun demikian, pola keterlibatan yang ditemukan di lapangan cenderung bersifat spontan dan belum terintegrasi secara sistematis ke dalam rantai pasok resmi penyelenggaraan event, sebagaimana juga diidentifikasi oleh Sulaiman et al. (2025) bahwa UMKM di Labuan Bajo masih menghadapi keterbatasan akses pasar meski memiliki potensi besar untuk berkembang.

2. Kontribusi Ekonomi Sektor MICE terhadap UMKM

Dari sisi manfaat ekonomi, mayoritas informan menyatakan bahwa penyelenggaraan event MICE memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan, meskipun besarannya bervariasi tergantung pada jenis usaha dan kedekatan lokasi usaha dengan venue penyelenggaraan. Kondisi ini memperkuat temuan bahwa wisatawan MICE memiliki pola pengeluaran yang jauh lebih tinggi dibandingkan wisatawan reguler, sehingga menciptakan efek pengganda ekonomi (*multiplier effect*) yang turut dirasakan pelaku usaha lokal (Desthiani & Suwandi, dalam DHIGANA, 2023). Sebagai gambaran, dampak serupa juga tercatat pada penyelenggaraan KTT ASEAN 2023, di mana okupansi hotel meningkat hampir 100% pada periode tertentu disertai peningkatan konsumsi masyarakat lokal (Tamasya: Jurnal Pariwisata Indonesia, 2026). Meski demikian, manfaat ekonomi yang diterima UMKM di Labuan Bajo teridentifikasi belum merata; sebagian pelaku usaha yang berlokasi strategis dekat pusat kota dan venue mengaku merasakan manfaat signifikan, sementara pelaku usaha di wilayah pinggiran relatif belum banyak terdampak

3. Faktor Pendukung Kontribusi Sektor MICE terhadap UMKM

Beberapa faktor yang menjadi pendukung lajunya kontribusi pada sektor MICE terhadap UMKM di labuan bajo yaitu;

a. **Dukungan kebijakan pemerintah**
melalui program pembinaan UMKM dan promosi destinasi yang dilakukan Dinas Pariwisata maupun BPOLBF (Sulaiman et al., 2025).

b. **Lokasi strategis usaha**
di mana UMKM yang berada di sekitar pusat kota dan area padat wisatawan MICE lebih mudah menjangkau pasar.

c. **Jejaring sosial dan komunitas usaha**
sebagian UMKM saling berbagi informasi peluang usaha melalui kelompok usaha atau paguyuban lokal.

4. Faktor Penghambat Kontribusi Sektor MICE terhadap UMKM

Disisi lain, ditemukan pula sejumlah faktor penghambat, di antaranya:

a. **Keterbatasan akses informasi dan jaringan kemitraan**

Di mana banyak pelaku UMKM tidak mengetahui jadwal atau kebutuhan penyelenggaraan event MICE sehingga tidak dapat mempersiapkan diri untuk terlibat.

b. **Rendahnya kapasitas SDM dan digitalisasi pemasaran**
Sejalan dengan temuan Sulaiman et al. (2025) bahwa UMKM di destinasi super prioritas Labuan Bajo masih menghadapi tantangan dalam pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran produk.

c. **Minimnya kesadaran pariwisata (*tourism awareness*)**
Sebagaimana disoroti oleh Salukh, Pandie, dan Fanggidae (2023) dalam evaluasi kebijakan pariwisata super prioritas berkelanjutan di Labuan Bajo, yang menyebutkan bahwa penguatan kesadaran pariwisata masyarakat lokal masih menjadi pekerjaan rumah penting.

5. Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Temuan penelitian ini secara umum memperkuat sekaligus melengkapi penelitian-penelitian terdahulu. Jika penelitian Sulaiman et al. berfokus pada strategi pengembangan UMKM di destinasi super prioritas secara umum, penelitian ini memberikan gambaran lebih spesifik mengenai bagaimana sub-sektor MICE dengan karakteristik pengeluaran wisatawan yang tinggi dan keterlibatan lintas-sektor yang kompleks berkontribusi secara khusus terhadap UMKM. Demikian pula, jika penelitian Salukh, Pandie, dan Fanggidae mengevaluasi kebijakan pariwisata secara makro melalui lima faktor CBT , penelitian ini memperdalam salah satu dimensi tersebut, yaitu awareness dan keterlibatan ekonomi UMKM, secara lebih mikro dan kontekstual berbasis pengalaman langsung pelaku usaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, sektor MICE di Labuan Bajo telah memberikan kontribusi yang nyata meskipun belum merata terhadap pemberdayaan UMKM di Labuan Bajo. . Pertumbuhan Labuan Bajo sebagai Destinasi Pariwisata Super Prioritas, yang diperkuat oleh penyelenggaraan event berskala internasional seperti KTT ASEAN ke-42 pada tahun 2023, telah membuka peluang ekonomi baru bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah di sekitar kawasan destinasi. Khususnya pada sektor akomodasi, kuliner dan katering, transportasi dan jasa pemandu wisata, serta kerajinan dan souvenir lokal.

Keterlibatan UMKM dalam ekosistem MICE tersebut secara umum masih bersifat spontan, insidental, dan belum terintegrasi secara sistematis ke dalam rantai pasok resmi penyelenggaraan event, sehingga manfaat ekonomi yang dirasakan cenderung terkonsentrasi pada UMKM yang berlokasi strategis di sekitar pusat kota dan venue penyelenggaraan, sementara pelaku usaha pariwisata diwilayah pinggiran belum banyak terdampak.

Kontribusi sektor MICE terhadap UMKM di Labuan Bajo didorong oleh dukungan kebijakan pemerintah, lokasi usaha yang strategis serta jejaring sosial dan komunitas usaha. Namun di sisi lain masih dihambat oleh keterbatasan akses informasi dan jaringan kemitraan dengan penyelenggara acara, rendahnya kapasitas sumber daya manusia dan digitalisasi pemasaran, serta minimnya kesadaran pariwisata (tourism awareness) di kalangan pelaku UMKM dan Masyarakat lokal.

Dengan demikian, optimalisasi kontribusi sektor MICE terhadap pemberdayaan UMKM di Labuan Bajo memerlukan penguatan kerja sama antara penyelenggara MICE dan pelaku UMKM lokal secara lebih melembaga, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, diversifikasi produk,

serta digitalisasi pemasaran, agar manfaat ekonomi dari pertumbuhan sektor MICE dapat dirasakan secara lebih merata, inklusif, dan berkelanjutan oleh seluruh pelaku UMKM di kawasan destinasi.

DAFTAR REFERENSI

Achlis Nur Fajar. (2026). MICE sebagai instrumen soft power: Peran KTT ASEAN dalam diplomasi pariwisata Indonesia. Tamasya: Jurnal Pariwisata Indonesia, 3(1), 1–11. https://doi.org/10.62383/tamasya.v3i1.946

Adamy, Z., Wiradharma, G., Prasetyo, M. A., Soko, I. P., & Igiriza, M. (2025). Strategi pengembangan UMKM destinasi pariwisata super prioritas Labuan Bajo dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan ekonomi lokal. SIBATIK Journal, 4(4), 391–404. https://doi.org/10.54443/sibatik.v4i4.2662

Bahri, A. S., & Abdilah, F. (2022). Potensi sumber daya manusia bidang pariwisata di kawasan strategis pariwisata nasional Labuan Bajo, Nusa Tenggara Timur. Destinesia: Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata, 3(2), 84–92.

Hamdani, A. T., Rachmawati, D., Wibowo, Y. P. P., Ayu, J. P., & Raif, S. A. (2025). Analisis multiplier effect pariwisata berkelanjutan Labuan Bajo sebagai destinasi super prioritas. Altasia: Jurnal Pariwisata Indonesia, 7(1), 66–79.

Hirodias, E., Hermawan, H., & Amin, F. (2022). Implementasi kebijakan pengembangan destinasi pariwisata budaya di Kabupaten Manggarai Barat. Jurnal Ilmiah Administrasi Publik, 8(1), 99–107.

Ismowati, M. (2022). Partisipasi masyarakat dalam upaya memaksimalkan potensi ekonomi dan pariwisata Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) Labuan Bajo di Kabupaten Manggarai Barat. Reformasi Administrasi: Jurnal Ilmiah untuk Mewujudkan Masyarakat Madani, 9(1), 41–49.

Kusuma, C. S. D. (2019). MICE-Masa depan bisnis pariwisata Indonesia. Efisiensi-Kajian Ilmu Administrasi, 16(2), 52–62. https://doi.org/10.21831/efisiensi.v16i2.27420

Nuryadin, D., & Purwiyanta. (2023). Multiplier effects of tourism sector in Yogyakarta: Input-output analysis. JEJAK: Jurnal Ekonomi dan Kebijakan, 16(1), 1–15. https://doi.org/10.15294/jejak.v16i1.40054

Salukh, J. Y., Pandie, D. B. W., & Fanggidae, A. H. J. (2023). Analisis evaluasi kebijakan pengembangan pariwisata super prioritas berkelanjutan di Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur. Jurnal Ilmiah Multidisipline, 1(7), 191–214. https://doi.org/10.5281/zenodo.8205683

Soeaidy, M. S., Taufik, N., Mandasari, A. E., & Taufiq, A. R. (2023). Implementasi standar minimum destinasi pariwisata MICE di Kampung Anaka Tasikmalaya. DHIGANA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bidang Ilmu Manajemen, 1(1), 25–30.

Sulaiman, A., Ismowati, M., Anggraini, C. D., Hairani, A., Triadi, A. W., Arifiananingtyas, R., & Prabowo, B. (2022). Upaya pemberdayaan masyarakat dalam membangun UMKM di Kawasan Super Prioritas Nasional (KSPN) Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat. Res Publica: Journal of Social Policy Issues, 1(2), 1–14.