

ABSTRACT

MICE (meeting, incentive, conference, exhibition) industry in Indonesia has grown in high number of the event establishment and also the number of companies. MICE industry has a high multiplier effect than the conventional tourism, it makes the competition to become more passionate atmosphere. The automotive industry in Indonesia has become one of the MICE industry's land to grow with the number of exhibitions. One of the organizers of the exhibition in Indonesia, PT Dyandra Promosindo have a product called Pameran Otomotif Semarang that for the first time held in the city of Semarang. Public enthusiasm for the exhibition can be seen from the high number of transactions that take place during the exhibition. This thing shows the big potential of MICE tourism from Pameran Otomotif Semarang. To become a tourist attraction, the exhibition needed improvements in various aspects of the exhibition execution. This study will discuss the elements of recreation in Pameran Otomotif Semarang and how the analysis of marketing strategies can make an exhibition into a leisure and business solutions for the people of Semarang.

Keywords : MICE, Exhibition, Event, Tourism, Marketing Strategy

INTISARI

Industri MICE (*meeting, incentive, conference, exhibition*) di Indonesia telah berkembang tinggi dari jumlah pelaksanaan acara dan juga jumlah perusahaan. Industri MICE memiliki *multiplier effect* yang tinggi dibanding wisata konvensional, hal tersebut menjadikan atmosfir persaingan lebih bergairah. Industri otomotif di Indonesia menjadi salah satu lahan industri MICE tumbuh dengan banyaknya kegiatan pameran. Salah satu penyelenggara pameran di Indonesia, PT Dyandra Promosindo memiliki produk pameran bernama Pameran Otomotif Semarang yang baru pertama kali diadakan di kota Semarang. Antusiasme masyarakat terhadap pameran tersebut terlihat dari tingginya jumlah transaksi yang terjadi selama pameran berlangsung. Hal tersebut menunjukkan adanya potensi wisata MICE pada Pameran Otomotif Semarang. Untuk menjadi daya tarik wisata diperlukan pembenahan di berbagai aspek dalam penyelenggaraan pameran. Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai unsur rekreasi dalam Pameran Otomotif Semarang dan bagaimana analisis strategi pemasaran dapat membuat sebuah pameran menjadi solusi rekreasi dan bisnis masyarakat kota Semarang.

Kata Kunci : MICE, Eksibisi, Even, Pariwisata, Strategi Pemasaran