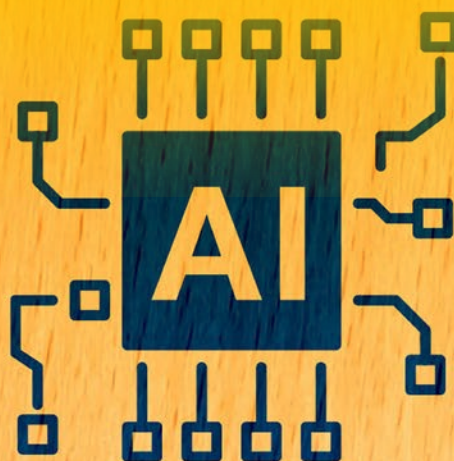


VENUE

JULI-SEPTEMBER 2026



TARGET
MICE

Berebut Algoritma AI

Organized by:

Co-organized by:



50th IPA

CONVENTION
& EXHIBITION

50 YEARS OF ENERGY PARTNERSHIP:
SHAPING THE NEXT ERA FOR
ADVANCING GROWTH

JOIN US ON

**WED – FRI,
20 – 22 MAY 2026,
ICE BSD CITY**

REGISTER NOW

<https://convex.ipa.or.id/>

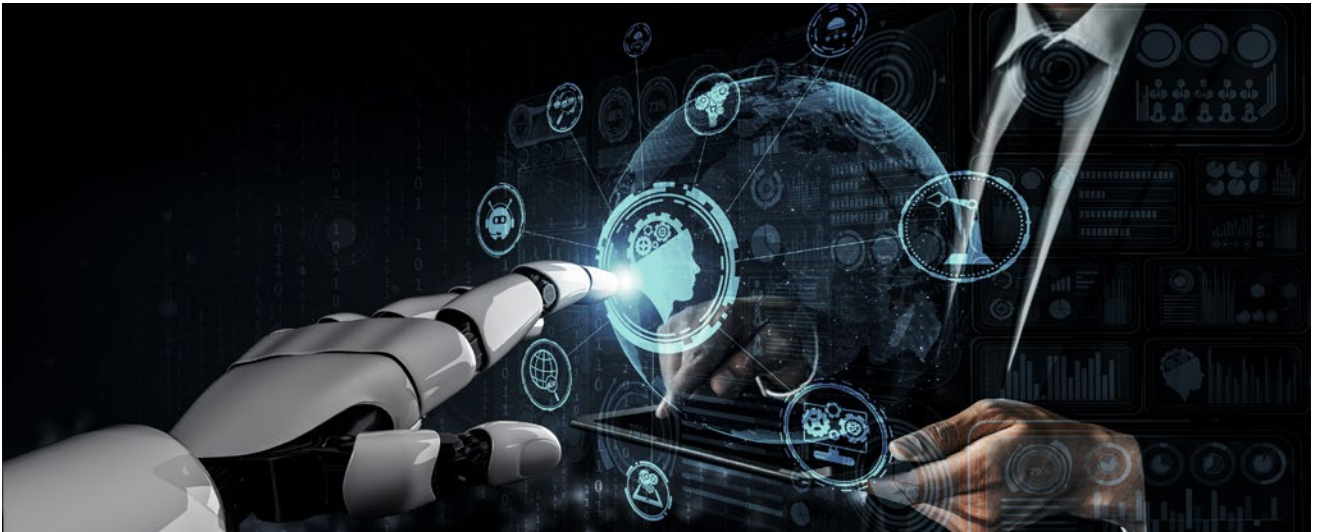


[Convex.ipa.or.id](https://convex.ipa.or.id) [@ipaconvex_](https://www.instagram.com/ipaconvex_) [@ipaconvex](https://www.tiktok.com/@ipaconvex)

Indonesian Petroleum Association



Berebut Algoritma AI



Ketika di Indonesia sempat ramai mengenai kehadiran Metaverse, yang digadang-gadang menjadi masa depan teknologi, saya menjadi sedikit orang yang sangsi dan meragukan bahwa Metaverse bisa berperan penting di industri pariwisata dan MICE. Salah satunya karena kecepatan internet di Indonesia masih lambat dan tidak merata. Dan terbukti, Metaverse kini telah hilang tak bersisa.

Ketika AI (*Artificial Intelligence*) muncul, lagi-lagi saya sempat menyangsikan bahwa teknologi ini bisa mengubah cara orang hidup dan bekerja. Ternyata saya salah.

AI kini banyak digunakan untuk mencari ide, menyusun proposal, membuat konten media sosial, menciptakan gambar dan video, membuat *website*, hingga membantu analisis data dan pengambilan keputusan. Bahkan, fungsi mesin pencari seperti Google saat ini semakin tergantikan oleh AI.

Yang terbaru, seorang pemuda dari China berhasil meretas sejumlah bank besar di Korea Selatan hanya bermodalkan AI.

Artinya, manusia yang bisa memanfaatkan AI dengan baik akan memiliki nilai lebih—baik dalam hal positif maupun negatif.

Begitu pula di industri MICE. Dengan bantuan AI, sebuah acara, pameran, atau konferensi akan memiliki nilai lebih dibandingkan acara serupa.

Di industri perhotelan, meskipun fokus utamanya pada produk dan layanan, tetap akan memiliki nilai lebih kalau didukung oleh AI.

AI bukan ancaman yang akan menggantikan manusia sepenuhnya. Sebaliknya, AI adalah alat yang dapat meningkatkan produktivitas, kreativitas, dan efisiensi kerja.

Seperti yang dikatakan oleh Apni Jaya Putera, pengamat AI, dalam bukunya yang berjudul *Disrupsi AI: Ketika Jurnalisme Dibajak Algoritma*, “Pada akhirnya, bukan siapa yang paling cepat atau paling pintar yang akan bertahan, tapi mereka yang paling adaptif, paling bermakna, dan paling berani hidup berdampingan dengan AI.”

DAFTAR ISI



BERANDA	3
LIPUTAN	6
TAJUK	16





VENUE

KOMPAS GRAMEDIA

member of **Dyandra**&Co.

PEMIMPIN UMUM Bayu Hari Himawan
PEMIMPIN REDAKSI Bayu Hari Himawan
REDAKTUR PELAKSANA Harry Purnama
STAF REDAKSI Bonita Ningsih
FOTOGRAFER Erwin Gumilar
DESAIN VISUAL Annisa Amalia
SEKRETARIS REDAKSI Yuli Andriastuti
PUBLISHING TEAM Murdiyatno
Annisa Amalia
Ibni Reisha Pahlevi

IKLAN Rostiana Br. Karo
Soaeni Latif

KORESPONDEN Ludhy Cahyana
(Surabaya)
Nila Sofiyanti
(Bali)
Tonggo Simangunsong
(Medan)

PENERBIT PT Dyandra Promosindo

Jl. Johar No.9 Menteng, Jakarta Pusat 10350
T: 021 - 3107117, F: 021 - 3903848
E: redaksi@venuemagz.com
W: www.venuemagz.com

Rekening. 7340306117
Bank BCA
Gedung Plaza Bank Index Jakarta Pusat
An. PT Dyandra Promosindo

ISCEA INDONESIA SUKSES GELAR GRAND FINAL DAY SCIS ASIA PACIFIC 2026



ISCEA Indonesia sukses menyelenggarakan Grand Final Day Supply Chain Innovation Summit (SCIS) Asia Pacific 2026 pada 18 Juli 2026, di ARTOTEL Mangkuluhur Suites, Jakarta. Kegiatan ini menjadi puncak rangkaian acara Weekly Virtual Conference yang telah berlangsung selama delapan minggu dengan mengangkat tema “Driving Smarter, Greener, and More Resilient Supply Chains”.

Oleh: Harry Purnama

Acara dibuka dengan opening remarks oleh Prof. I Nyoman Pujawan, Presiden ISCEA Indonesia, kemudian dilanjutkan keynote lecture oleh Sandeep Chatterjee, Chairman dan CEO ISCEA India.

Sejumlah panel diskusi menghadirkan para pakar dan praktisi supply chain dari Indonesia maupun Asia Pasifik untuk membahas transformasi digital, keberlanjutan, serta strategi membangun rantai pasok yang tangguh di tengah dinamika global.

Komitmen Berkelanjutan dan Kolaborasi Tanpa Batas

Kemeriahan Grand Final Day ditutup dengan prosesi sakral penyerahan sertifikat kepada para lulusan sertifikasi ISCEA yang siap menjadi agen perubahan di industri. Acara kemudian diakhiri dengan closing ceremony dan sesi networking yang memberikan kesempatan peserta, pembicara, serta mitra industri untuk memperluas jejaring profesional dan membuka peluang kolaborasi di masa mendatang.

Grand Final Day SCIS Asia Pacific 2026 bukan sekadar penutupan acara, tetapi menjadi bukti nyata komitmen ISCEA Indonesia dalam membangun wadah kolaborasi, pertukaran pengetahuan, serta inovasi bagi komunitas supply chain di tingkat nasional maupun internasional.

ISCEA Indonesia mengucapkan terima kasih dan apresiasi kepada seluruh pembicara, sponsor, mitra media, relawan, serta peserta yang telah menyukseskan acara ini. Dukungan kolektif inilah yang menjadi bahan bakar utama dalam mendorong kemajuan ekosistem rantai pasok yang lebih, inovatif, berkelanjutan, dan siap menghadapi tantangan masa depan.

Grand Final Day Supply Chain Innovation Summit

Tanggal : 18 Juli 2026

Tempat : ARTOTEL Mangkuluhur Suites, Jakarta.





MICE JADI MESIN PERTUMBUHAN BARU VIETNAM, DARI DESTINASI WISATA MENUJU PUSAT BISNIS GLOBAL

Vietnam sedang menata ulang strategi pariwisatanya. Jika selama ini sektor wisata lebih banyak bertumpu pada kunjungan rekreasi, kini pemerintah Vietnam mendorong MICE sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi baru karena mampu menghadirkan wisatawan dengan tingkat belanja lebih tinggi, memperluas investasi, serta mengangkat daya saing negara di panggung global.

Oleh: Harry Purnama

Ho Chi Minh City tidak lagi hanya membidik peningkatan jumlah wisatawan. Kota terbesar di Vietnam itu kini menempatkan sektor Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition (MICE) sebagai instrumen strategis untuk mendorong kualitas pariwisata, menarik investasi, sekaligus memperkuat posisi negara Vietnam di peta bisnis global.

Perubahan orientasi tersebut mencerminkan transformasi besar yang tengah berlangsung di industri pariwisata dunia. Di tengah tren wisata yang semakin menuntut pengalaman berkualitas, layanan berbasis teknologi, dan keberlanjutan, Vietnam melihat MICE bukan sekadar kegiatan konferensi atau pameran, melainkan sebagai penggerak ekonomi bernilai tinggi.

“Nilai suatu destinasi tidak hanya diukur dari jumlah pengunjung, tetapi juga kualitas wisatawan, tingkat pengeluaran, lama tinggal, dampak ekonomi yang ditimbulkan, serta nilai pengetahuan dan perdagangan yang dihasilkan dari setiap perjalanan,” ujar Nguyen Loc Ha, Permanent Vice Chairman of The Ho Chi Minh City People’s Committee, saat membuka acara International Travel

Fair Ho Chi Minh City (ITE HCMC) 2026 pada 27 Agustus 2026 di Saigon Exhibition & Convention Center, Vietnam.

Menurut Ha, MICE saat ini berada di persimpangan antara industri pariwisata dengan perdagangan, investasi, ilmu pengetahuan, teknologi, dan inovasi. Karena itu, sektor ini mampu menghadirkan wisatawan berkualitas tinggi sekaligus menghasilkan nilai tambah yang jauh lebih besar dibanding wisata konvensional.

Bagi Ho Chi Minh City, pengembangan MICE tidak lagi sekadar mengejar lebih banyak delegasi atau acara internasional. Yang jauh lebih penting adalah meningkatkan daya saing kota dan memperkuat reputasinya dalam jaringan destinasi MICE regional maupun global.

Komitmen tersebut diwujudkan melalui penerbitan Resolution No. 62/2025/NQ-HDND, yaitu sebuah kebijakan yang memberikan dukungan bagi perusahaan dan kelompok wisatawan MICE untuk datang ke Ho Chi Minh City.

MICE dan Pergeseran Arah Pariwisata Global

Pandangan serupa disampaikan Lam Thi Phuong Thanh, Menteri Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata Vietnam.

Menurutnya, industri pariwisata global sedang memasuki fase baru yang ditandai oleh perubahan mendasar dalam perilaku wisatawan.

Wisatawan kini semakin mencari pengalaman yang personal, berkualitas, berbasis teknologi, mendukung kesehatan, menghargai budaya lokal, dan berorientasi pada keberlanjutan. Dalam kondisi tersebut, destinasi wisata tidak lagi bersaing hanya berdasarkan keindahan alam atau harga yang murah.

“Destinasi tidak lagi bersaing semata-mata berdasarkan sumber daya alam atau harga, melainkan melalui kualitas layanan, kapasitas

inovasi, konektivitas, dan kemampuan menciptakan nilai yang berbeda,” kata Thanh.

MICE, lanjutnya, menjadi salah satu produk strategis yang mampu memimpin transformasi tersebut.

Data dari berbagai lembaga riset internasional menunjukkan pasar perjalanan bisnis dan MICE global diperkirakan menembus US\$1,8 triliun pada 2026 dan meningkat menjadi sekitar US\$2,4 triliun pada 2031.

Keunggulan sektor ini tidak hanya berasal dari jumlah peserta kegiatan, melainkan dari tingkat belanja yang sangat tinggi. Wisatawan MICE diketahui mengeluarkan uang antara tiga hingga enam kali lebih besar dibanding wisatawan biasa. Mereka juga cenderung tinggal lebih lama dan menggerakkan rantai ekonomi yang luas, mulai dari penerbangan, perhotelan, transportasi, kuliner, teknologi, hingga komunikasi.

Di Vietnam sendiri, nilai pasar MICE kini mendekati US\$6 miliar, memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan pariwisata nasional yang mencapai ratusan triliun dong setiap tahun.



Bukan Sekadar Event, tetapi Ekosistem

Meski prospeknya besar, para pemangku kepentingan sepakat bahwa pengembangan MICE tidak bisa dilakukan secara parsial.

Nguyen Loc Ha menegaskan bahwa daya saing sebuah destinasi MICE mencerminkan kapasitas organisasi dan manajemen sebuah kota secara keseluruhan. Karena itu, kolaborasi lintas sektor menjadi syarat mutlak.

“Kita harus beralih dari pola pikir ‘menarik satu per satu acara’ menjadi ‘membangun merek destinasi MICE’, serta dari sekadar bersaing antar-destinasi menuju kolaborasi yang memperluas pasar dan meningkatkan daya saing kawasan secara bersama-sama,” ujarnya.

Pemerintah Vietnam pun menempatkan pembangunan ekosistem MICE sebagai prioritas. Dalam ekosistem tersebut, pemerintah, maskapai penerbangan, hotel, pusat konvensi, perusahaan perjalanan, penyelenggara konferensi profesional (PCO), perusahaan manajemen destinasi (DMC), penyedia teknologi, hingga sektor budaya dan kuliner harus terhubung dalam satu rantai nilai yang terintegrasi.

Menuju MICE Hijau dan Digital

Transformasi hijau dan digital menjadi dua pilar utama yang akan menentukan masa depan industri MICE Vietnam.

Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata Vietnam berencana mengembangkan Standar Green MICE Nasional yang mengacu pada standar internasional dari Global Sustainable Tourism Council (GSTC). Hotel, pusat konvensi, dan penyelenggara acara akan didorong menerapkan praktik ESG, mengukur emisi karbon, serta menjalankan operasional yang lebih ramah lingkungan.

Selain itu, teknologi seperti artificial intelligence (AI), big data, virtual reality, dan platform digital akan digunakan untuk meningkatkan efisiensi penyelenggaraan acara sekaligus memperkuat promosi destinasi.

“Teknologi baru, termasuk AI, big data, virtual reality, dan platform digital tidak hanya akan mengubah cara acara diselenggarakan, tetapi juga membentuk kembali cara kita berinteraksi dengan pelanggan, mengelola destinasi, dan mengukur nilai yang dihasilkan dari aktivitas MICE,” kata Thanh.





Dukungan Penuh Pemerintah

Komitmen terhadap pengembangan MICE juga ditegaskan oleh Deputy Prime Minister Vietnam, Pham Thi Thanh Tra. Menurutnya, MICE saat ini telah menjadi salah satu mesin pertumbuhan utama pariwisata global karena mampu mendorong investasi, perdagangan, inovasi, serta pertukaran budaya antar negara.

“Vietnam tidak hanya ingin menjadi tuan rumah bagi acara-acara besar. Vietnam ingin menjadi mitra yang tepercaya dan anggota yang bertanggung jawab. Kami ingin turut membentuk masa depan industri MICE global yang lebih hijau, lebih cerdas, lebih kreatif, dan lebih berkelanjutan,” tegasnya.

Pemerintah Vietnam telah menetapkan sejumlah langkah strategis untuk memperkuat sektor ini, mulai dari penyederhanaan prosedur visa dan kepabeanan, pembangunan infrastruktur transportasi dan pusat konvensi berstandar internasional, percepatan digitalisasi, penerapan standar Green MICE, hingga peningkatan kualitas sumber daya manusia.

Kawasan seperti Ho Chi Minh City, Hanoi, Da Nang, Quang Ninh, Khanh Hoa, dan Phu Quoc diproyeksikan menjadi pusat-pusat MICE nasional yang terhubung dengan ekosistem kota pintar dan destinasi wisata utama.

Menjual Pengalaman, Bukan Sekadar Acara

Pada akhirnya, strategi MICE Vietnam tidak hanya berorientasi pada penyelenggaraan konferensi atau pameran internasional. Lebih dari itu, pemerintah ingin menjadikan setiap kegiatan sebagai ajang memperkenalkan identitas dan keunggulan Vietnam kepada dunia.

“Kami tidak hanya ingin wisatawan MICE datang ke Vietnam untuk menghadiri sebuah acara. Kami ingin mereka tinggal lebih lama karena pengalaman yang mereka temukan, dan kembali lagi karena kecintaan mereka terhadap destinasi ini,” ujar Lam Thi Phuong Thanh.

Dengan dukungan kebijakan, pembangunan infrastruktur, transformasi digital, dan komitmen terhadap keberlanjutan, Vietnam kini tengah memosisikan diri bukan sekadar sebagai lokasi penyelenggaraan acara internasional, melainkan sebagai salah satu pusat MICE paling kompetitif di Asia dalam dekade mendatang.

International Travel Fair Ho Chi Minh City (ITE HCMC) 2026

Tanggal	: 27-29 Agustus 2026
Tempat	: Saigon Exhibition & Convention Center, Vietnam

TRADE EXPO INDONESIA 2026 LAMPAUI TARGET TRANSAKSI



A woman is standing behind a counter at a trade expo. On the counter, there are several rows of coffee products. The first row consists of red cans labeled 'KOPI RAKYAT'. The second row consists of black cans labeled 'BLACK KOFFIE'. To the right of the cans are several bags of coffee, some labeled 'ROAMAH KOFFIE'. The woman is holding one of the red cans. The background shows a modern, industrial-style interior with metal beams and a green wall.

HOSTED BY:



MINISTRY OF TRADE
REPUBLIC OF INDONESIA

TRADE **X**PO ^{41st}
indonesia

Exhibition | Seminar | Business Matching | Trade Mission

ORGANIZED BY: | STRATEGIC PARTNER: | BANK PARTNER: | EVENT PARTNER:



Di tengah upaya memperluas pasar ekspor dan memperkuat daya saing produk nasional, Trade Expo Indonesia ke-41 mencatat hasil yang menggembirakan. Ajang yang digelar pada 14-18 Oktober 2026 di ICE BSD ini membukukan potensi transaksi mencapai US\$22,94 miliar serta menghadirkan lebih dari 45.000 pengunjung.

Oleh: Bonita Ningsih

Trade Expo Indonesia (TEI) ke-41 sukses digelar dan resmi ditutup oleh Menteri Perdagangan Budi Santoso. Kesuksesan TEI 2026 terlihat dari catatan potensi transaksi yang mencapai US\$22,94 miliar atau lebih dari Rp350 triliun. Jumlah ini lebih besar 31,1 persen dari target awal penyelenggara, yaitu US\$ 17,5 miliar.

Budi mengatakan, “Pencapaian ini merupakan hasil kerja bersama seluruh pihak yang terlibat, mulai dari eksportir, perwakilan perdagangan Indonesia di luar negeri, hingga para pemangku kepentingan”.

Total nilai transaksi TEI 2026 mencakup 426 nota kesepahaman (memorandum of understanding). Di dalamnya juga termasuk nilai potensi transaksi US\$327,77 juta dalam penyelenggaraan Pangan Nusa Expo yang berlangsung di tempat dan waktu yang sama dengan TEI ke-41.

Menariknya, potensi transaksi dari sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) turut melonjak hingga menyentuh US\$510,79 juta. Lini produk unggulan yang paling dicari pembeli asing antara lain makanan & minuman, perhiasan, produk kayu, hasil pertanian, serta kertas.

“Lima negara dengan transaksi terbesar di TEI 2026 adalah India, Belanda, Bangladesh, Uni Emirat Arab, dan Jepang,” ucap Budi.

Antusiasme Pengunjung Meningkat

TEI ke-41 juga memecahkan rekor partisipasi dengan menghadirkan 1.873 ekshibitor atau naik 24,9 persen dari target. Pameran tahun ini juga menarik lebih dari 9.600 buyer terdaftar dari 151 negara di dunia.

Berdasarkan jumlah buyer, lima mitra dagang dengan partisipasi terbesar berasal dari India, Malaysia, Tiongkok, Arab Saudi, dan Taiwan. Secara keseluruhan, pameran ini dihadiri lebih dari 45.287 pengunjung atau naik 31,08 persen dibanding penyelenggaraan tahun sebelumnya.

Untuk mendorong momentum pasca-TEI ke-41, Kemendag menerapkan strategi terintegrasi melalui tiga tahapan. Pertama adalah pertemuan untuk peninjauan kerja sama bisnis (business matching) sebelum

pameran dengan dukungan perwakilan perdagangan Indonesia di luar negeri.

Kedua melakukan business matching selama pameran. Ketiga, pengawalan kesepakatan dagang setelah pameran agar peluang transaksi dapat ditindaklanjuti.

“Kami tidak berhenti pada penyelenggaraan pameran. Kementerian Perdagangan bersama perwakilan perdagangan di luar negeri akan terus memantau dan mengawal kesepakatan yang terjalin selama TEI. Harapannya, kesepakatan tersebut dapat berkembang menjadi kontrak dagang dan memberikan kontribusi nyata terhadap kinerja ekspor nasional,” jelas Busan.





Wadahi Inovasi Anak Muda

Tak hanya pameran, TEI 2026 juga menjadi panggung bagi wirausaha muda melalui Campuspreneur. Ini merupakan program strategis Kemendag “Dari Lokal untuk Global” yang dilaksanakan melalui kerja sama 25 perguruan tinggi di seluruh Indonesia.

Dalam program ini, Kemendag membekali mahasiswa dan civitas academica dengan pelatihan ekspor, pendampingan, serta akses pasar. Dengan harapan, produk inovatif para generasi muda dapat tampil di skala internasional.

Sebanyak 25 peserta Campuspreneur dari 20 perguruan tinggi terpilih menampilkan produk inovatifnya di TEI ke-41. Para peserta juga mengikuti pitching dan business matching dengan buyer mancanegara dengan mencatatkan potensi transaksi lebih dari US\$ 24,57 juta.

“Melalui Campuspreneur, kami memberikan kesempatan kepada wirausaha muda untuk memasarkan produk inovatif

dan menjajaki peluang ekspor. Potensi transaksi yang tercatat menunjukkan bahwa mahasiswa juga dapat menjadi bagian dari pengembangan eksportir baru Indonesia,” ucapnya lagi.

Pelaksanaan TEI 2026 didukung oleh berbagai pihak seperti kedutaan besar dan konsulat jenderal RI, perwakilan perdagangan RI, kementerian dan lembaga terkait, pemerintah daerah, serta pelaku usaha. Pameran ini juga didukung PT Bank Mandiri (Persero) sebagai official bank partner, Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Indonesia serta Pertamina sebagai strategic partner.

Trade Expo Indonesia

Tanggal	: 14-18 Oktober 2026
Tempat	: ICE BSD
Penyelenggara	: Kementerian Perdagangan
Pelaksana	: Debindo Multi Adhiswasti



Ketika AI Menjadi Tulang Punggung Industri MICE Modern



Masa depan industri MICE ternyata sudah hadir hari ini. Ketika AI mampu mengenali perilaku pengunjung, memprediksi keramaian area pameran, hingga mengukur performa sebuah booth secara detail, penyelenggaraan event tidak lagi bergantung pada intuisi semata. Era pengambilan keputusan berbasis data kini mulai menjadi standar baru dalam industri pertemuan, insentif, konvensi, dan pameran.

Artificial Intelligence (AI) atau kecerdasan buatan telah berkembang dari sekadar teknologi eksperimental menjadi alat strategis yang mengubah berbagai industri, termasuk sektor MICE. Organisasi pariwisata dunia UN Tourism menyebut bahwa AI telah mengubah cara wisatawan untuk merencanakan perjalanan sekaligus membantu pelaku industri untuk meningkatkan layanan dan efisiensi operasional.

Dalam industri MICE, AI tidak hanya digunakan untuk mengotomatisasi pekerjaan administratif, tetapi juga mampu menganalisis jutaan data untuk menghasilkan rekomendasi, prediksi, hingga pengambilan keputusan yang lebih akurat. Teknologi tersebut kini hadir di hampir seluruh elemen acara, mulai dari pemasaran, registrasi, pengelolaan peserta, analisis pengunjung, hingga evaluasi pasca-event.

Menurut World Travel & Tourism Council (WTTC) dan Microsoft, AI mampu memberikan pengalaman yang lebih personal, meningkatkan efisiensi operasional, serta membantu organisasi memahami kebutuhan pelanggan secara lebih mendalam.





Perubahan Besar dalam Pengelolaan Event

Industri MICE selama ini menghadapi berbagai macam tantangan, mulai dari antrean registrasi yang panjang, kesulitan mengukur efektivitas sebuah pameran, keterbatasan data perilaku peserta, hingga sulitnya menghitung *Return on Investment* (ROI) bagi sponsor maupun *exhibitor*.

Di sinilah AI mulai memainkan peran penting. Salah satu contoh penerapannya datang dari perusahaan teknologi *event* asal Malaysia, yaitu iVent, yang telah beroperasi di Indonesia selama dua tahun. Menurut

Hawanisa Roslan, *Sales Manager* iVent, teknologi AI digunakan dalam berbagai fungsi acara, mulai dari registrasi hingga analisis perilaku peserta.

“Penerapannya bisa untuk registrasi, *data analytic* pakai AI, hingga *self check in kiosk*,” ujar Hawanisa Roslan.

Penerapan *self check-in* berbasis AI memungkinkan peserta melakukan registrasi mandiri dengan waktu yang jauh lebih singkat dibanding metode konvensional. Sistem ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan peserta, tetapi juga mengurangi kebutuhan tenaga operasional di lokasi acara.

Mengenal Peserta Secara Lebih Mendalam

Salah satu kekuatan utama AI adalah kemampuannya mengolah data dalam jumlah besar dan mengubahnya menjadi informasi yang berharga.

Menurut Hawanisa Roslan, data yang dikumpulkan selama acara dapat digunakan untuk memahami pola kunjungan peserta terhadap *booth* maupun area tertentu dalam pameran.

“Kita *capture* data jumlah pengunjung ke *booth* melalui aktivitas yang dilakukan di *booth* tersebut. Jadi, nanti kita bisa infokan ke penyelenggara bahwa tahun depan harus *invite booth* tersebut karena *traffic* mereka bagus,” ujar Hawanisa.

Data tersebut diperoleh melalui berbagai perangkat digital yang disewakan oleh Ivent, seperti *lead tracking application* yang memungkinkan *exhibitor* memindai *barcode* peserta, kartu nama, maupun identitas lainnya.

“Data itu nanti menjadi *insight report* buat *exhibitor* maupun *organizer*,” ujar Hawanisa.

Kemampuan menghasilkan *insight* semacam ini merupakan salah satu nilai tambah terbesar AI dalam industri MICE karena penyelenggara tidak lagi sekadar mengetahui jumlah peserta yang hadir, melainkan juga memahami perilaku, minat, dan tingkat keterlibatan mereka.





Crowd Management yang Lebih Cerdas

Pameran dan konferensi berskala besar sering menghadapi persoalan penumpukan pengunjung pada area tertentu. AI membantu menyelesaikan masalah tersebut melalui analisis pergerakan peserta secara *real-time*.

Menurut Hawanisa, teknologi mereka mampu memonitor tingkat keramaian setiap area dan memberikan arahan bagi penyelenggara untuk mendistribusikan pengunjung secara lebih merata.

“Bisa *capture* data dari *hall*, jadi bisa untuk mengatur *crowd management*. Jadi, mereka bisa tahu area mana yang ramai orang dan men-*direct* pengunjung ke area yang lebih sepi,” ujar Hawanisa.

Kemampuan ini sejalan dengan tren global yang menunjukkan bahwa AI semakin banyak digunakan untuk memonitor kapasitas area acara, mengoptimalkan alur pergerakan peserta, sekaligus meningkatkan keamanan dan kenyamanan pengunjung.



Personalisasi Pengalaman Peserta

Di era digital, peserta tidak lagi menginginkan pengalaman yang seragam. Mereka mengharapkan rekomendasi yang sesuai dengan minat dan kebutuhannya.

AI memungkinkan penyelenggara menyusun agenda personal, merekomendasikan sesi seminar, mencocokkan calon mitra bisnis, hingga menghubungkan peserta dengan *exhibitor* yang relevan. Menurut berbagai analisis industri *event* global, personalisasi berbasis AI terbukti meningkatkan *engagement* sekaligus kepuasan peserta karena mereka hanya menerima informasi yang paling relevan.

Bagi penyelenggara konferensi bisnis, kemampuan ini memiliki dampak besar karena meningkatkan peluang

terjadinya pertemuan yang produktif serta memperbesar nilai bisnis dari penyelenggaraan acara.

Bentuk lain dari penggunaan AI di acara konferensi internasional juga telah diterapkan oleh TTG Events dalam acara Incentive Travel & Conventions, Meetings Asia (IT&CMA). Untuk memudahkan para peserta konferensi dalam memahami topik yang disampaikan para pembicara, TTG Events menggunakan AI untuk merangkum seluruh pembicaraan, termasuk dalam diskusi panel.

Nantinya, para peserta tinggal mengakses website yang diberikan. Di sana, AI telah mengelompokkan topik-topik apa saja yang telah disampaikan, dan para peserta tinggal membuka salah satu topik, dan semua kutipan akan langsung ditampilkan.

Masa Depan Industri MICE Berbasis Data

Ke depan, AI diperkirakan akan menjadi fondasi utama industri MICE. Penggunaan *chatbot*, *predictive analytics*, sistem rekomendasi, pengenalan wajah, hingga analisis sentimen peserta akan semakin umum ditemui.

Namun demikian, AI bukan pengganti manusia. Dalam penyelenggaraan *event*, kreativitas, relasi bisnis, kemampuan negosiasi, serta sentuhan personal tetap menjadi faktor yang menentukan keberhasilan sebuah acara.

Teknologi berfungsi sebagai alat untuk memperkuat pengambilan keputusan dan meningkatkan efisiensi, sementara manusia tetap menjadi aktor utama yang menciptakan pengalaman berkesan bagi peserta.

Dengan kombinasi teknologi AI dan kreativitas manusia, industri MICE memiliki peluang besar untuk menghadirkan acara yang lebih cerdas, terukur, dan bernilai tinggi bagi seluruh pemangku kepentingan.





Era Baru Layanan Hotel

Di tengah persaingan yang semakin ketat, industri perhotelan menemukan sekutu baru dalam bentuk kecerdasan buatan. AI kini membantu hotel mengenali preferensi tamu, menyederhanakan proses layanan, hingga mengoptimalkan operasional sehari-hari. Namun keberhasilan transformasi digital di sektor ini tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan teknologi, melainkan juga kemampuan memadukannya dengan empati dan kehangatan layanan manusia.

Industri perhotelan sedang memasuki fase transformasi besar. Jika sebelumnya hotel mengandalkan layanan tatap muka sebagai satu-satunya cara membangun hubungan dengan tamu, kini *Artificial Intelligence* (AI) hadir sebagai pendukung yang membantu hotel memahami kebutuhan pelanggan secara lebih cepat dan akurat.

World Travel & Tourism Council (WTTC) menilai AI mampu merevolusi sektor perjalanan dan perhotelan melalui personalisasi layanan, optimasi harga, prediksi permintaan, hingga peningkatan pengalaman pelanggan secara menyeluruh.

Namun demikian, AI bukanlah pengganti interaksi manusia. Sebaliknya, teknologi digunakan untuk memperkuat layanan sehingga staf hotel dapat lebih fokus pada pengalaman tamu.

AI untuk Mempermudah Perjalanan Tamu

Salah satu contoh penerapan AI di Indonesia dilakukan oleh Archipelago Hotels melalui integrasi dengan ChatGPT.

Melalui sistem tersebut, calon tamu dapat mencari hotel hanya dengan menggunakan bahasa sehari-hari tanpa harus melakukan pencarian manual yang kompleks.

Menurut Archipelago Hotels, pengguna cukup menyampaikan destinasi, tanggal perjalanan, jumlah tamu, tujuan perjalanan, maupun preferensi menginap, kemudian sistem akan memberikan rekomendasi hotel yang relevan.

Chris Legaspi, *Chief Commercial Officer* Archipelago Hotels, mengatakan, “Wisatawan kini semakin memanfaatkan percakapan dengan teknologi AI untuk merencanakan perjalanan, tidak hanya mengandalkan metode pencarian tradisional.”

Ia menambahkan bahwa pengguna dapat menemukan, membandingkan, dan memilih hotel dalam satu pengalaman percakapan yang lebih personal. Pendekatan ini mencerminkan tren global saat AI semakin banyak digunakan untuk membantu wisatawan menemukan akomodasi yang sesuai dengan kebutuhan spesifik mereka.



AI di Balik Layar Operasional Hotel

Selain membantu pelanggan, AI juga semakin banyak digunakan di belakang layar operasional hotel.

Menurut Eduard Pangkerego, *Chief Operating Officer* Artotel Group, penerapan AI telah dilakukan baik pada area yang berhubungan langsung dengan tamu maupun operasional internal perusahaan.

“*Front end dan back of the house* sudah pakai AI,” ujar Eduard.

Salah satu contoh implementasinya adalah pada *Learning Management System* (LMS) Artotel Group untuk pelatihan karyawan baru.

“Sistem LMS kami sudah pakai AI untuk *onboarding* karyawan baru, jadi mereka sudah tidak perlu ikut kelas. Semua informasi dan FAQ sudah ada di situ semua,” ujar Eduard.

Penggunaan AI pada pelatihan karyawan baru memungkinkan Artotel mempercepat proses adaptasi karyawan sekaligus memastikan akses informasi yang konsisten bagi seluruh staf.





Personalisasi Pengalaman Menginap

Salah satu manfaat terbesar AI dalam industri perhotelan adalah kemampuan memahami preferensi tamu. Berbagai hotel global telah menggunakan AI untuk menganalisis perilaku pelanggan, memberikan rekomendasi yang relevan, hingga mendukung program loyalitas yang lebih personal.

Di Artotel Group, penerapan AI juga sudah menjangkau pengalaman tamu secara langsung.

“Penggunaan AI di hotel kami misalnya penggunaan *voice command* untuk *guest experience*, juga untuk mengoperasikan *smart TV*. *Loyalty program*, *engagement*, hingga *retention program*, semua sudah menggunakan AI,” ujar Eduard.

Melalui teknologi ini, tamu dapat mengakses layanan hotel dengan lebih mudah dan cepat, sementara hotel memperoleh pemahaman lebih mendalam mengenai perilaku pelanggan.

AI Bukan Pengganti Keramahtamahan

Meskipun menawarkan banyak manfaat, para pelaku industri hotel menilai bahwa teknologi tidak boleh menghilangkan esensi utama *hospitality*, yaitu hubungan antar-manusia.

Eduard menegaskan bahwa bisnis hotel merupakan bisnis yang sangat bergantung pada pengalaman dan emosi pelanggan.

“Bisnis kita ini bisnis *intangible*. Kenikmatan layanannya tidak bisa digantikan oleh AI. AI hanya untuk mempermudah klien untuk menikmati apa yang mereka butuhkan,” ujar Eduard.

Pandangan ini sejalan dengan berbagai kajian global yang menempatkan AI sebagai alat pendukung, bukan pengganti layanan manusia. WTTC bahkan menekankan pentingnya penerapan AI yang bertanggung jawab dengan tetap menjaga transparansi, akuntabilitas, dan pengawasan manusia.

Tantangan Adopsi AI di Hotel

Walaupun potensinya besar, penerapan AI tidak selalu mudah. Investasi teknologi, biaya langganan perangkat lunak, hingga kebutuhan peningkatan kompetensi SDM menjadi tantangan tersendiri.

Menurut Eduard, teknologi bisa jadi bukan sebuah efisiensi, melainkan malah menjadi beban karena biaya langganan AI sangat mahal dibandingkan bayar satu karyawan. Jadi, harus benar penerapannya supaya justru tidak rugi.

Karena itu, hotel perlu menerapkan AI secara selektif dan fokus pada area yang benar-benar memberikan nilai tambah, baik dari sisi pengalaman tamu maupun efisiensi operasional.



Masa Depan Hotel

Masa depan industri perhotelan kemungkinan akan ditentukan oleh kemampuan menggabungkan kecerdasan buatan dengan kecerdasan manusia.

AI dapat membantu hotel memahami tamu secara lebih cepat, memberikan layanan yang lebih personal, serta meningkatkan efisiensi operasional. Namun, keramahan, empati, kemampuan bercerita, dan interaksi manusia tetap menjadi pembeda utama sebuah hotel.

“AI ini penting, dan mau tidak mau kita harus terjun ke dunia itu. Salah satu jalan adalah memperkuat kita sebagai *human* di mana *our intelligent is not artificial*,” ujar Eduard.

Di masa mendatang, hotel yang paling sukses kemungkinan bukan yang memiliki teknologi paling canggih, melainkan yang mampu memadukan AI dengan layanan manusia secara harmonis untuk menciptakan pengalaman tamu yang lebih berkesan dan relevan.

HOSTED BY:



MINISTRY OF TRADE
REPUBLIC OF INDONESIA

TRADE **X**PO ^{41st} Indonesia

Exhibition | Seminar | Business Matching | Trade Mission

THE ULTIMATE HUB FOR GLOBAL SOURCING

14 - 18 October 2026

Indonesia Convention Exhibition (ICE) - BSD

ORGANIZED BY:



STRATEGIC PARTNER:



BANK PARTNER:



EVENT PARTNER:



MEDIA PARTNER:



NEED A FRESH IDEA?

LET US **THINK** FOR YOU



OUR SERVICE:

MAGAZINE
NEWSLETTER
BOOKLET
CREATIVE ADS
LEAFLET
BROCHURE
INTERACTIVE DIGITAL MAGAZINE
PDF INTERACTIVE
E-PAPER
WEB DEVELOPMENT
PHOTOGRAPHY
VIDEO PUBLICATION
MEDIA PROMOTION
ETC

VENUE

jalan johar no. 9, menteng jakarta pusat, 10350 .

web: www.venuemagz.com **mail:** publishing@venuemagz.com . p. 021-3107117 f. 021-3903848 .

direct contact: Rossi - rossi@venuemagz.com