

## **SINERGITAS DALAM PENYELENGGARA WISATA MICE DAN EVENT DI DESTINASI PARIWISATA SUPER PRIORITAS (DPSP) MANDALIKA**

**Amirosa Ria Satiadji**

Politeknik Pariwisata Lombok

Email: [amirosa@ppl.ac.id](mailto:amirosa@ppl.ac.id)

### **Abstract**

Event is one of tourist attractions that can invite more people to come in a destination. Nusa Tenggara Barat (NTB) province has Mandalika as one of Super Priority Tourism Development di Indonesia who has created two big events named World Superbike (WSBK) and Moto GP. In order to succeed those two events, all tourism stakeholders should collaborate to ensure that the development will positively impactful for the society welfare. The aim of this research is to know how to develop an impactful event as attraction and bring positive impact to the society. Using qualitative method by interviewing the key informants and continuing with snowball than data triangulation this research has been given a recommendation to planning a creative event. The result is a new model called as the Sewing Model. This is an Event Creative Planning model to make an event became larger, gaining resources and giving more over impact to the stakeholder such as government, media, industry, society and education institution (Penta helix). To build the synergy things that all partners must have are: 1. Creative; 2. Have a good network; 3. Trustable; 4. Having permits for creating event; 5. Have a good communication skill; 6. Willingness for beneficial collaboration; 7. A win-win agreement. In the other word, the collaborations will be successful if all the stakeholders get a positive impact. The organizer has to be ensured that the event created is a sustainable event that bring welfare to all stakeholder, such as support local industry, creative economy by bringing buyer to the event, involving the culinary industry, arts, and encouraging for the development of a sustainable tourism destination for the next generation of the society.

**Keywords:** Creative Events, Sewing Model, Sustainability.

### **Abstrak**

MICE (Meeting, Incentive, Convention dan Exhibition) dan Event sangat berperan dalam meningkatkan angka kunjungan wisatawan di Nusa Tenggara Barat. Dua event besar yang diselenggarakan pada tahun 2023 lalu adalah World Superbike (WSBK) dan balap motor bergengsi Moto GP. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kolaborasi yang ideal antar *stakeholder* pada kedua even tersebut. Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif, menggunakan sumber primer dan sekunder. Sumber primer adalah para informan yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dengan even tersebut, yang dipilih menggunakan metode *snow ball*, sedangkan sumber sekunder adalah dokumen terkait baik berupa kebijakan pemerintah daerah maupun riset terdahulu. Hasil dari penelitian ini adalah Pola Jalin (*Sewing Model*) dalam penyelenggaraan even kreatif, di mana untuk menghasilkan sebuah sinergitas diperlukan sejumlah hal di antaranya: 1. Kreatif; 2. Berjejaring (*Have a good network*); 3. Dapat dipercaya (*Trustable*); 4. Memiliki izin penyelenggaraan (*Having permits for creating event*); 5. Memiliki keterampilan berkomunikasi; 6. Kemauan bersinergi (*Willingness for beneficial collaboration*); 7. dan sepakat untuk saling menguntungkan satu sama lain (*A win-win agreement*). Luaran dari penelitian ini adalah rekomendasi data bagi Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat dan saran bagi pelaku event untuk sinergi yang menguatkan proses bisnis di destinasi event NTB yang berada di Destinasi Pariwisata Super Prioritas Mandalika. Pola Jalin antar stakeholder menjadi penting dalam penyelenggaraan event untuk memperbesar skala event dengan keterlibatan lebih banyak *stake holder* di dalamnya.

**Kata Kunci:** Even Kreatif; Model Pola Jalin; Keberlanjutan.

## A. PENDAHULUAN/INTRODUCTION

Provinsi Nusa Tenggara Barat sudah ditetapkan sebagai salah satu Destinasi Pariwisata Super Prioritas (DPSP) berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 52 Tahun 2014 tentang Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika, bahkan kawasan Mandalika sudah menjadi salah satu kawasan strategis di antara 11 kawasan strategis pariwisata daerah (KSPD) sesuai Perda Nomor 7 tahun 2013 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2013-2028. Maka, tidak berlebihan apabila pada tahun 2023 ditargetkan dapat meraup sebanyak 2 (dua) juta kunjungan.

Sehubungan dengan hal tersebut, telah dicanangkan sebuah program yang disebut Sapa Pantas. Program ini merupakan singkatan dari Satu Paket Pariwisata NTB Prioritas, yang mengintegrasikan antara destinasi unggulan, penyelenggaraan event pariwisata, paket-paket wisata prioritas dan pelaksanaan MICE (*Meeting, Incentive, Convention dan Exhibition*) sebagai *mass tourism*. Untuk mendukung Program Satu Paket Pariwisata NTB Prioritas (Sapa Pantas) tersebut, diharapkan kepada seluruh Kepala Perangkat daerah, Kepala BUMN/BUMD dan Organisasi Profesi se-Provinsi NTB untuk dapat menghadirkan Meeting, Incentive, Convention dan Exhibition berskala nasional di Provinsi NTB selama tahun 2023. Bukan hanya itu, para pelaku usaha pariwisata dan ekonomi kreatif di Provinsi NTB yang terlibat dalam Program Satu Paket Pariwisata NTB Prioritas (Sapa Pantas) wajib menyediakan akomodasi yang nyaman, produk ekonomi kreatif buatan lokal, dan paket wisata yang menarik terintegrasi dengan DPSP dan KSPD serta *Calendar of Event (COE)* Tahun 2023 dengan tarif yang memadai dan terjangkau.

Pada dasarnya, pengembangan pariwisata khususnya dalam hal keberhasilan suatu even ditentukan oleh berbagai faktor antara lain: peran multi *stakeholder* dan lembaga terkait dalam kegiatan tersebut; integrasi keterampilan sains dengan pengetahuan lokal dan manajemen berbasis masyarakat; pembangunan kapasitas lokal; implementasi zonasi multi guna yang bertujuan mewujudkan keseimbangan yang bersaing dan partisipasi dalam jaringan pembelajaran, serta tata kelola yang terkait erat dengan konsumen atau pengguna (Prawira Bima et al., 2020; Berliandaldo et al., 2021).

Perdana (2011) menyatakan Event Organizer sebagai peluang wirausaha. Di tengah-tengah situasi sempitnya lapangan pekerjaan dan kemampuan pemerintah menciptakan lapangan pekerjaan di dalam negeri tidak sebanding dengan meningkatnya jumlah lulusan perguruan tinggi setiap tahunnya, maka Event Organizer merupakan salah satu industri yang dapat memberikan peluang kerja untuk berwirausaha dengan bekal keberanian dan kreatifitas. Sejalan dengan hal tersebut di mana Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) yang sangat mendukung berbagai event berskala lokal, nasional dan internasional maka peluang sebagai Event Organizer sangat berpeluang bagi masyarakat di NTB.

Bahkan, keberhasilan sebuah even tidak hanya dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat tempatan khususnya dari sisi sosial-ekonomi, tetapi juga dapat meningkatkan citra sebuah destinasi dalam jangka panjang (Shone & Parry, 2010). Seperti halnya di Nusa Tenggara Barat, di mana penyelenggaraan event berskala internasional juga mampu meningkatkan citra destinasi yang sedang berkembang (Kartini et al., 2023).

Di dalam penelitiannya (Berliandaldo et al., 2021) membagi peran stake holder berdasarkan pengaruh, antara lain sebagai subyek (*subject*), pengikut lain (*crowd*), dan sebagai pendukung (*contest setters*). Namun demikian, sejauh mana peran masing-masing *stake holder* ini dalam bekerja sama dan bersinergi tidak diangkat lebih jauh.

Di sisi lain, keberhasilan even di NTB umumnya dan Mandalika khususnya belum melibatkan industri dan masyarakat lokal secara luas (Sandika et al., 2022), padahal keberlanjutan suatu destinasi pariwisata tidak hanya diukur melalui dampak ekonomi namun sangat ditentukan pula oleh tingkat keterlibatan masyarakat, dan dampaknya terhadap sosial-budaya dan lingkungan.

Sementara itu, pelibatan masyarakat lokal tidak hanya dapat memberikan informasi potensi budaya lokal, atraksi dan destinasi yang diunggulkan untuk dapat dikunjungi dan menjadi venue pelaksanaan event, bahkan dengan bantuan masyarakat lokal sebuah event dapat dilaksanakan baik *indoor* maupun *outdoor* dengan lebih kreatif, khususnya dalam hal pemilihan *venue*. Diharapkan dengan menggunakan venue yang berada di masyarakat dengan atraksi yang berasal dari budaya masyarakat, sebuah event dapat lebih menarik dan semarak. Walaupun demikian, pelibatan masyarakat lokal menjadi persoalan yang bergulir sejak awal (ZULKARNAEN et al., 2022).

Berbagai sumberdaya sangat mempengaruhi keberhasilan sebuah event. Sumber daya alam, budaya, manusia dan teknologi merupakan unsur yang pasti dilibatkan dalam pelaksanaan suatu event. Pelaku Usaha Lokal (*Stakeholder MICE & Event Lokal*) merupakan potensi besar di suatu destinasi wisata. Pengembangan Jejaring Bisnis Berbasis Produk Lokal Kota Cilegon (Zahara et al., 2020) diketahui bahwa pelaku usaha untuk memperluas jejaring pasar dan usahanya diperlukan optimalisasi teknologi digital, penggunaan *Google Business* dan media sosial untuk membantu mengintegrasikan kedua aspek pemasaran baik *offline* maupun *online*.

Di Nusa Tenggara Barat, jejaring juga merupakan hal penting untuk dikembangkan agar bisnis yang dijalankan termasuk MICE dan Event dapat berjalan dengan sukses. Jejaring dapat dibangun dengan berbagai pihak yang mendukung suksesnya koordinasi dan mendukung ketersediaan sumberdaya pendukung yang diperlukan seperti vendor, florist, tenant, venue, equipment, sound system dan lain sebagainya.

Provinsi NTB, khususnya Kawasan Mandalika mempunyai 2 (dua) *Mega Event* yang akan berlangsung selama 10 tahun ke depan, sehingga pengelolaan *sustainable event* sangatlah penting untuk diaplikasikan dengan memanfaatkan sumber daya yang ada secara maksimal dan mensejahterakan masyarakat. Penelitian ini sangat penting untuk dilakukan karena keberlanjutan sebuah destinasi wisata dan kesejahteraan masyarakat akan menjadi fokus utama pembangunan pariwisata, khususnya di kawasan Mandalika sebagai salah satu Destinasi Pariwisata Super Prioritas di Indonesia.

## B. METODE PENELITIAN/RESEARCH METHOD

Penelitian ini bersifat kualitatif. Metode ini dipilih agar data dari penelitian ini dapat digali secara mendalam dari para informan. Proses pengumpulan data dilakukan sepanjang tahun 2023 (Mei sampai September) dengan metode *snowball*, kepada sejumlah informan kunci, antara lain Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat dan Kabid Pemasaran. Selain kepada pihak pemerintah, wawancara juga dilakukan kepada pihak swasta seperti Ketua IVENDO (Dewan Industri Event Indonesia) Provinsi NTB dan Ketua Backstagger untuk wilayah NTB. Sementara itu, pihak pengelola kawasan Mandalika dalam hal ini ITDC (the Indonesia Tourism Development Corporation) juga menjadi informan kunci dalam penelitian ini. Adapun data sekunder diperoleh dengan mencari informasi dari berbagai sumber referensi ilmiah yang relevan. Interpretasi terhadap data dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu reduksi, penyajian (*display*) data, dan pengambilan simpulan dan verifikasi (Locke, 2001). Meski tampak berurutan dan linier, tahapan ini dapat dilakukan secara simultan (Anselm & Juliet, 1998). Analisis dilakukan dengan teknik triangulasi di mana data yang diperoleh dari informan dibandingkan satu sama lain, untuk kemudian dilakukan penarikan kesimpulan.

## C. HASIL DAN ANALISIS/RESULTS AND ANALYSIS

Event merupakan kegiatan yang banyak melibatkan orang dalam suatu tempat secara bersama dengan agenda yang menarik sehingga memberikan kesan kepada setiap pengunjungnya. Dalam meningkatkan *awareness* massa untuk hadir ke sebuah event tentu memerlukan sinergi yang lebih kuat dengan berbagai pihak (Shone & Parry, 2010), sehingga tujuan bersama dapat terwujud dengan memaksimalkan jumlah pengunjung, pendaan dan peningkatan citra destinasi dari pelaksanaan event.

Berdasarkan hasil analisis, ditemukan sebuah model dalam mewujudkan sinergitas antar para pihak, yang disebut Pola Jalin (Sewing Model). Menurut model ini, sebuah sinergi dalam penyelenggaraan even dapat terwujud apabila seluruh para pihak yang terlibat memiliki kriteria berikut ini: 1. Kreatif; 2. Berjejaring (*Have a good network*); 3. Dapat dipercaya (*Trustable*); 4. Memiliki izin penyelenggaraan (***Having permits for creating event***); 5. Memiliki keterampilan berkomunikasi; 6. Kemauan bersinergi (*Willingness for beneficial collaboration*); 7. dan sepakat untuk saling menguntungkan satu sama lain (*A win-win agreement*). Berikut hasil analisis masing-masing kriteria:

- a. Kreativitas

Kreativitas mutlak diperlukan untuk meningkatkan daya tarik sebuah even (Shone & Parry, 2010), terutama even spesial seperti Moto GP dan WSBK (World Super Bike). Beberapa masalah yang sering ditemukan di lapangan adalah vendor yang bertindak sebagai event organizer sering kali tidak memiliki ide kreatif. Oleh sebab itu, pihak pelaku dan penyedia dukungan event yang memiliki ide kreatifitas harus dapat menyampaikan idenya sehingga dapat dipahami oleh seluruh pihak yang terlibat agar dapat diterapkan sesuai harapan. Ide bisnis kreatif tersebut dapat berasal dari Event Organizer (EO), pemusik, seni tari, seniman, fotografer, ataupun komunitas motor.

b. Sinergitas dalam melahirkan kreativitas

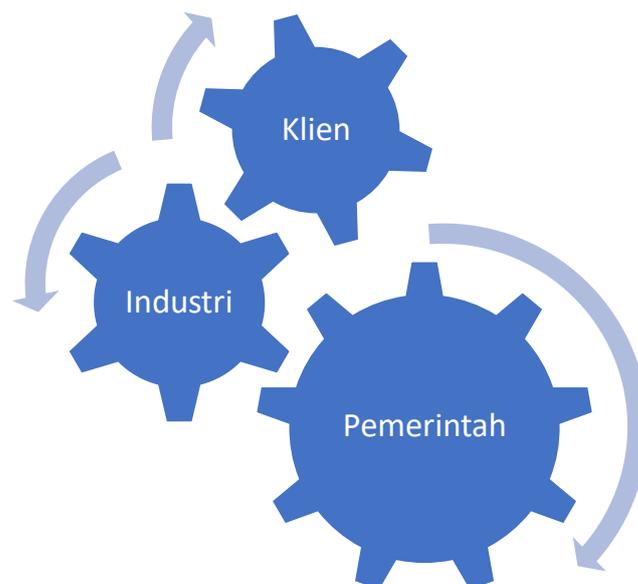
Untuk menyatukan (menjahit) ide dalam suatu rumusan, diperlukan sebuah kolaborasi dan sinergi yang baik antara berbagai pihak yang terlibat (*stakeholders*), apakah itu antara pihak pemerintah dan masyarakat, antara pemerintah dan pihak swasta, maupun antara pihak swasta dan masyarakat. Namun demikian, agar kegiatan tersebut dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat, kolaborasi yang baik antar *stakeholders* pariwisata khususnya penyelenggara MICE dan Event merupakan sebuah upaya yang harus ditempuh. Kolaborasi yang terjalin akan berhasil jika seluruh pemangku kepentingan di Nusa Tenggara Barat secara luas mendapatkan dampak positif dari sebuah kegiatan yang dilakukan.

Kerjasama yang baik antara pemerintah dan industry serta hubungan dan keterlibatan masyarakat, tokoh masyarakat serta pemangku kepentingan. Salah satunya adalah industri pendukung yang berasal dari masyarakat. Maka sinergi harus dibangun dalam sebuah destinasi sehingga segenap *stakeholder* dapat secara aktif dapat terlibat dalam pengembangan pariwisata disebuah destinasi.

Masyarakat sebagai pemilik kebudayaan berpotensi sebagai partisipan aktif dalam penyelenggaraan event, baik sebagai tuan rumah penyedia jasa akomodasi, sebagai pekerja di bidang pariwisata khususnya MICE dan Event, bahkan dapat pula bertindak sebagai vendor pendukung event seperti panggung, dekorasi, *lighting*, tenda, *florist*, penyedia jasa transportasi dan lain sebagainya, bahkan masyarakat pemilik sanggar kesenian dapat menjadi penyedia atraksi budaya. Semua potensi ini perlu diinventarisasi agar memudahkan dalam proses pelibatan masyarakat dalam berbagai kegiatan dan event, sehingga kegiatan tersebut dapat memiliki dampak yang lebih signifikan secara ekonomi.

c. Jejaring

Pola Jalin merupakan pola yang dapat membuka jejaring antar penyelenggara even dan pelaku even. Sinergitas dalam membangun jejaring ini diharapkan dapat membuka peluang pasar kerja. Hubungan yang harmonis antar jejaring juga diperlukan untuk meningkatkan kualitas event yang diadakan. Penyelenggaraan even pendukung seperti Mandalika Superfest, WSBK dengan Nusantara Festival WSBK, serta PKU (Persaudaraan Kreatif Utama) ex Dyandra, yang menyelenggarakan Lombok Sumbawa Fair merupakan kegiatan-kegiatan yang menggunakan jejaring demi terciptanya peluang pasar kerja yang lebih terbuka. Di dalam penyelenggaraan even-even ini, para *stakeholder* harus dapat saling menelaraskan porsinya dalam mensukseskan penyelenggaraan event.



**Gambar Sinergi Penyelenggaraan Event**  
**Sumber: Data Diolah**

Sumber daya MICE dan Event sebagai Penyelenggara pendukung Event di DPSP Mandalika sudah tersedia dan memiliki kesiapan. Mereka diyakini dapat melaksanakan even secara professional, namun mereka belum memiliki kesempatan yang sama untuk mengikuti *bidding* dengan EO pusat atau yang berkedudukan di Jakarta. Oleh sebab itu, perlunya membangun jejaring antara EO yang berkedudukan di pusat (Jakarta) dan EO yang berkedudukan di daerah.

d. Kepercayaan

Kepercayaan *Business to business* (B to B *trust*) sangatlah penting, termasuk dalam penyelenggaraan sebuah even, apalagi even internasional setaraf Moto GP dan WSBK (World Superbike). Untuk menjaga kepercayaan tersebut, standarisasi harga sangat diperlukan. Kesepakatan tersebut juga harus dijalankan secara bertanggung jawab, bukan 'sepakat ketok palu' namun ternyata berakhir tidak baik (wawancara 8 Maret 2023). Selain itu, cara bekerja yang relevan dan memperhatikan kualitas juga penting agar kepercayaan terhadap kesuksesan even ini tetap terjaga dari awal sampai akhir. Di sini, komitmen karakter memainkan peranan penting sehingga masing-masing pihak dapat menjaga kepercayaan tersebut satu sama-sama lain.

e. Izin penyelenggaraan event

Beberapa masukan terkait penyelenggaraan event yang diinisiasi oleh pemerintah pusat seyogyanya memberikan mandatori penuh kepada pengusaha atau EO local dan bukan kepanjangan tangan dari event pusat sehingga secara budget yang diterima EO local tidak mengalami pemotongan untuk memaksimalkan hasil pendapatan industry di daerah. Harapannya adalah pemerintah dapat mempercayakan kepada event local sebagai pelaksana karena kompetensi akan semakin dapat berkembang dengan pengalaman yang terus ditingkatkan dengan adanya peluang yang dibuka lebih luas.

Seyogyanya penunjukan Event Organizer di daerah perlu untuk diperhatikan. Seringkali event Kementerian pusat telah menunjuk PCO dan terdapat pemotongan budget sehingga pelaku daerah menerima jumlah anggaran yang lebih kecil sehingga disarankan secara awal dapat berkomunikasi

untuk menunjuk Event Organizer di daerah. Apabila tidak demikian maka efeknya adalah kualitas event yang rendah dengan segala keterbatasannya seperti jumlah anggaran yang minim dan panjangnya birokrasi dalam komunikasi pelaksanaan event tersebut.

f. Keterampilan berkomunikasi

Berbagai upaya yang telah dilaksanakan dalam membangun kolaborasi antara pelaku event adalah diskusi penyamaan visi untuk meningkatkan kinerja dengan standar harga sehingga ketika penyelenggaraan event dilaksanakan dapat secara sepadat mengedepankan kualitas dengan standar penyelenggaraan event yang maksimal. Di samping itu, perlu juga komunikasi yang baik dalam menerapkan kesepakatan tersebut. Pola paku belanda (*Saklek*) atau kaku dalam bernegosiasi sering pula menjadi masalah, selain perang harga yang tidak normal. Di sini etika bisnis penting dikedepankan untuk menjaga marwah NTB, bukan sekadar menggugurkan kewajiban.

g. Perjanjian yang saling menguntungkan

Penyelenggara harus memastikan bahwa acara yang dibuat adalah acara berkelanjutan yang membawa kesejahteraan bagi seluruh pemangku kepentingan, seperti mendukung industri lokal, ekonomi kreatif dengan mendatangkan pembeli ke acara, melibatkan industri kuliner, seni, dan mendorong berkembangnya sebuah acara. tujuan wisata berkelanjutan bagi generasi penerus masyarakat.

#### D. SIMPULAN/CONCLUSION

Berdasarkan uraian sebelumnya, dihasilkan sebuah Pola Jalin dalam menyukseskan sebuah even. Pola tersebut terdiri dari Kreativitas, sinergi, jejaring, kepercayaan, izin penyelenggaraan, keterampilan berkomunikasi, serta perjanjian yang saling menguntungkan. Kreator menciptakan ide yang menggandeng event pemerintah diharapkan tetap menjadi pelaksana dari ide tersebut, bukan malah menunjuk *Event Organizer* (EO) lain yang bukan pemilik ide. misalnya karena mendapat tawaran harga yang lebih murah. Pihak pemerintah dan kreator event sebaiknya dapat duduk bersama secara profesional melakukan *matching* Bisnis Ide. Penelitian ini merekomendasikan agar Pola Jalin ini diterapkan dalam membangun kolaborasi dan peran industry dan pemerintah yang beradaptasi dengan target, guna memaksimalkan potensi dan peluang yang ada, serta kreatifitas dalam ide dan penggunaan anggaran, demi mewujudkan terselenggaranya event seperti yang sudah masuk dalam Kharisma Event Nusantara yang dijalin dengan kreatifitas event lainnya.

#### DAFTAR REFERENSI/REFERENCES

- Anselm, S., & Juliet, C. (1998). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory* (Second Edi). Sage Publications Ltd.
- Berliandaldo, M., Chodiq, A., & Fryantoni, D. (2021). Kolaborasi dan Sinergitas Antar Stakeholder dalam Pembangunan Berkelanjutan Sektor Pariwisata Di Kebun Raya Cibinong. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(2), 221–234. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i2.179>
- Kartini, L. P., Utama, I. P., & Satiadji, A. R. (2023). Role of Satisfaction in The Influence of Destination Image on Tourist Attitudinal Loyalty. *International Journal of Applied Research in Tourism and Hospitality*, 1(1), 87–96. <https://doi.org/10.52352/jarthy.v1i1.724>
- Locke, K. D. (2001). *Grounded Theory in Management Research*. Sage Publications Ltd.
- Prawira Bima, A., Jofari, H. A., & Candrawidodo, E. P. (2020). Tantangan Indonesia dalam Penataan Pariwisata Super Prioritas dalam Persaingan Global. *Prosiding Simposium Nasional 'Tantangan Penyelenggaraan Pemerintahan Di Era Revolusi Indusri 4.0*, 1551–1570.

- Sandika, L. I., Widawati, I. A. P., & Wiarti, L. Y. (2022). Persepsi dan Partisipasi Masyarakat Lokal terhadap Pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika di Lombok Tengah. *TULIP: Tulisan Ilmiah Pariwisata*, 5(2), 58–67. <http://dx.doi.org/10.31314/tulip.5.2.58-67.2022>
- Shone, A., & Parry, B. (2010). Successful Event Management. In *Cengage learning*.
- Zahara, V. M., Sanusi, F., & Suci, S. C. (2020). Pengembangan Jejaring Bisnis Berbasis Produk Lokal Kota Cilegon. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat (JANAYU)*, 1(2), 168–177. <https://doi.org/10.22219/janayu.v1i2.12385>
- ZULKARNAEN, Z., SAYUTI, M., & FAJARIAH, F. (2022). Konsep Pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus (Kek) Mandalika Berorientasi Kesejahteraan Masyarakat Lokal. *Ganec Swara*, 16(1), 1362. <https://doi.org/10.35327/gara.v16i1.274>

Undang-Undang Republik Indonesia No. 5 Tahun 2019 tentang Pemajuan Budaya

Undang- Undang Kepariwisataaan No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan

Undang-Undang Nomor 11 tahun 2021 tentang Undang-Undang Cipta Kerja

Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perijinan Berusaha Berbasis Resiko, Layanan Perijinan Berusaha

Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2021 tentang Standar Kegiatan Usaha pada Penyelenggaraan Perijinan Berusaha Berbasis Resiko Sektor Pariwisata, Bidang Usaha Event Organizer

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 52 tahun 2014 tentang Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika

Peraturan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat No.16 Tahun 2021 tentang Pemajuan Kebudayaan

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 40 tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Kawasan Ekonomi Khusus

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 84 tahun 2021 tentang Rencana Induk Destinasi Pariwisata Nasional Lombok-Gili Trumoh Tahun 2020-2044

Panduan Sustainable MICE. (2020). Asperapi, IECA & Polban