

## Skala Pengunjung: Persepsi Berkelanjutan Lingkungan dalam acara MICE (Studi tematik analisis)

Alba Romizal<sup>1</sup>, Caria Ningsih<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Pendidikan Indonesia, Albaromizal17@upi.edu

<sup>2</sup>Universitas Pendidikan Indonesia, caria.ningsih@upi.edu

Article Info	ABSTRAK
<p><b>Article history:</b></p> <p>Received September 2023</p> <p>Revised September 2023</p> <p>Accepted Oktober 2023</p>	<p>Industri pameran yang berkembang pesat namun tidak memperhatikan lingkungan maka dari itu peneliti tertarik akan membahas Persepsi Environmental Sustainable dalam penelitian ini menggunakan lima teori yaitu TCR, RES, RRE, GFB, DAN SCS. Karena Baby and Kids Expo telah lama menjadi event yang dikunjungi oleh pengunjung dengan jumlah pengunjung mencapai sepuluh ribu orang dan diselenggarakan setiap dua tahun sekali selama pameran baby and kids berlangsung belum peduli dengan dampak lingkungan yang dihasilkan, maka peneliti akan menggali Persepsi Environmental Sustainable dengan menggunakan pendekatan kualitatif untuk melakukan analisis tematik dengan membagi kedalam lima kode dan ditanyakan melalui tahap wawancara terhadap pengunjung pameran Baby and Kids. Pengunjung pameran diambil 20 narasumber yang telah mengikuti pameran berdasarkan temuan tersebut, peneliti menemukan bahwa TCR dan RES telah diaplikasikan pada event pameran baby and kids. Sedangkan 3 kode yang dibuat oleh peneliti belum diterapkan pada pameran baby and kids expo yaitu RRE, GFB, SCS padahal ini akan membentuk Persepsi Berkelanjutan Lingkungan pada pameran baby and kids. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dilakukan di tempat lain dengan skala yang lebih luas agar dapat meningkatkan kesadaran akan kelestarian lingkungan.</p>
<p><b>Kata Kunci:</b></p> <p><i>Environmental Perception MICE Event Tourism</i></p>	<p><i>The exhibition industry is growing rapidly but does not pay attention to the environment; therefore, researchers are interested in discussing Perceptions of Environmental Sustainable in this study using five theories, namely TCR, RES, RRE, GFB, AND SCS. Because the Baby and Kids Expo has long been an event visited by visitors, with the number of visitors reaching ten thousand people and held every two years, the baby and kids exhibition has not been concerned with the environmental impact generated. The researcher will explore the Perception of Environmental Sustainable by using a qualitative approach to conduct thematic analysis by dividing it into five codes and asked through the interview stage to visitors to the Baby and Kids exhibition. Visitors to the exhibition were taken from 20 sources who had attended the exhibition. Based on these findings, the researcher found that TCR and RES had been applied to the baby and kids</i></p>



*exhibition event. While the 3 codes created by the researcher have not been applied to the baby and kids expo exhibition, namely RRE, GFB, SCS even though this will form the Perception of Environmental Sustainability at the baby and kids exhibition. For future researchers, this research can be conducted in other places with a wider scale in order to increase awareness of environmental sustainability.*

**Penulis Korespondensi: Alba romizal**

Program Studi Magister Pariwisata Sekolah Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia Jl. Dr. Setiabudi No. 229, Bandung

Email:Albaromizal17@upi.edu

## 1. PENDAHULUAN

Industri pameran yang memiliki pertumbuhan pesat dalam industri pariwisata membawa tantangan serius terhadap keberlanjutan lingkungan, Dalam upaya untuk menjaga keseimbangan antara perkembangan pariwisata dan lingkungan sebagai tempat kegiatan acara pameran. Berdasarkan penelitian (Getz, 2008) menyatakan bahwa studi *event* dalam menilai kegiatan *event* mempunyai dampak ekonomi yang besar, selain memberikan dampak positif terhadap perekonomian, penelitian menemukan bahwa acara pariwisata juga memberikan pengaruh terhadap peristiwa sosial, budaya, dan lingkungan di wilayah tersebut.

Lingkungan merupakan suatu hal yang harus di perhatikan dengan baik (Buathong & Lai, 2017) menerangkan bahwa jika lingkungan dikelola dengan baik maka akan menimbulkan persepsi yang baik bagi pengunjung MICE. Penelitian ini akan mengeksplorasi environmental sustainable perception pada pameran Baby and Kids Expo. Sebagai pameran yang telah lama berlangsung sejak tahun 2001 senada dengan (Alba romizal, Deden Sunmedar, Elly Malihah, 2023) menerangkan pameran ini telah berlangsung selama 25 tahun , Baby and Kids Expo nampaknya brand identification belum atau bahkan tidak melekat pada pengunjung hal ini dibuktikan adanya penurunan jumlah kunjungan di acara pameran Baby and Kids Expo, Berdasarkan informasi manager proyek pameran Baby and Kids Expo menerangkan bahwa penerunan jumlah pengunjung terjadi pada pelaksanaan event pameran 2 tahun terakhir (data diolah peneliti, Februari 2023)

Menurut (Wong, Wan, & Qi, 2015) Enviromental sustainable perception penting untuk diketahui karena dengan mengetahuinya kita dapat sorotan yang menjadi keunggulan kompetitif dalam persaingan dagang pameran, sedangkan dalam penelitian (Romizal, 2023) persepsi pengunjung dalam *self service registration* ini dapat menghadirkan pengalaman baru bagi pengunjung. Sedangkan menurut (Li, Su, & Du, 2021) Environmental sustainable perception terbagi atas lima dimensi: TCR, RES, RRE, GFB, Dan SCS. Maka dari itu peneltil akan mengeksplorasi dengan memberi kode pada kelima dimensi tersebut guna melihat bagaimana Environmental sustainable perception pada pameran baby and kids expo?

Teori komprehensif yang dipakai pada penelitian ini antara lain sebagai berikut pameran adalah komponen penting dari Pertemuan, Insentif, Konvensi dan Pameran (MICE), yang juga dikenal sebagai industri acara bisnis. Meskipun "pameran" dan "pameran dagang" sering digunakan secara bergantian untuk merujuk pada pameran produk dan layanan (Breiter & Milman, 2006) bersamaan dengan itu (Polvika, 1996) secara teknis, "pameran" memiliki arti yang lebih luas daripada "pameran dagang". Pameran dapat dibagi menjadi tiga kategori, di mana pameran perdagangan hanya salah satunya. Dua kategori lainnya adalah pameran konsumen, dan pameran perdagangan dan konsumen. Ketiga jenis pameran ini sangat berbeda dalam hal profil pengunjung. Pameran perdagangan hanya terbuka untuk pelanggan dan pemasok yang diundang, serta media (Browning & Adams, 1988). Sebaliknya, pameran konsumen atau pameran konsumen terbuka untuk umum untuk memberikan informasi dan menjual produk secara langsung

kepada konsumen. Terakhir, pameran perdagangan dan konsumen atau trade and consumer shows merupakan gabungan dari dua kategori pameran yang telah disebutkan sebelumnya. Kategori terakhir ini terbuka untuk pengunjung bisnis selama hari-hari pertama pameran biasanya pada hari kerja dan terbuka untuk umum selama hari-hari terakhir pameran biasanya pada akhir pekan (Rittichainuwat & Mair, 2012) mengutip (Chansate, 2008).

Pameran memberikan kesempatan kepada pengunjung untuk memeriksa melihat bagaimana produk bekerja, mencari sesuatu yang berbeda, dan menikmati hiburan di pameran, serta untuk melihat inovasi terbaru dan mengamati tren pasar, sering kali jauh sebelum peluncurannya di depan publik (Kaniewska-Seba et al., 2006). Demikian juga, (Getz, 2008), (Nazmi Kozak, 2005) dan (Pearce, 2007) setuju bahwa pameran merupakan saluran distribusi yang efektif, memungkinkan peserta pameran dan pengunjung untuk berinteraksi melalui berbagai kegiatan dan juga meningkatkan citra publik komunitas lokal. Kehadiran di pameran memungkinkan pengunjung untuk: mengumpulkan informasi tentang produk baru, melihat produk tertentu, mengamati Bidang-bidang yang menonjol dalam penelitian yang ada mengenai pameran, meliputi: kualitas layanan pameran (Jung, 2006)); penggunaan teknologi oleh manajer pameran dagang (Breiter & Milman, 2006); pemilihan lokasi pameran (Dipietro, Breiter, Rompf, & Godlewska, 2008); peserta pertemuan asosiasi (Lee & Back 2008; peraturan antimonopoli (Abbott & Lanza, 1998); pemosisian kota-kota penyelenggara pameran di Asia (Kim, Sun, & Ap, 2008); dampak ekonomi dari industri pameran (Kim dan Chon 2009; (Mistilis & Dwyer, 2000); kriteria untuk mengevaluasi pameran perdagangan (Berne & Uceda-Garcia, 2008); dan industri pameran di tujuan tertentu, seperti Korea (Lee & Lee 2006), Makau (McCartney, 2008), Beijing (Zhang & Go, 1999), Cina (Jin, Weber, & Bauer, 2010); (Zhang, Qu, & Ma, 2010)), dan Thailand (Chen & Lalopa, 2000).

Persepsi Environmental Sustainable adalah konsep yang diusulkan dari sudut pandang pemangku kepentingan perusahaan dan konsumen adalah bagian penting dari konsep tersebut. Persepsi konsumen terhadap karakteristik lingkungan perusahaan terutama ditentukan melalui tiga saluran: pertama, laporan evaluasi perusahaan sendiri; kedua, peringkat dan penilaian pihak ketiga, seperti peringkat tanggung jawab lingkungan majalah (Doh, Howton, Howton, & Siegel, 2010) ; ketiga, isyarat lingkungan yang dikenali konsumen (Bieak Kreidler & Joseph-mathews, 2009). Namun, karena perusahaan tidak secara jelas menunjukkan motifnya ketika menerapkan operasi terkait, misalnya, untuk mempromosikan produk, mengendalikan biaya, atau membangun reputasinya, sulit bagi konsumen untuk menilai apakah perusahaan menjalankan tanggung jawab lingkungan dan sosialnya berdasarkan motif perorangan atau sosial (Siegel, 2010).

Bagi (SACHS, 2005) keberlanjutan bergantung pada kemampuan peradaban manusia untuk tunduk pada prinsip kehati-hatian ekologis dan memanfaatkan alam dengan baik. Mengingat cakupan keberlanjutan, maka keberlanjutan didekati dengan berbagai dimensi. Dalam bentuk yang paling sederhana dari konsep ini, ada tiga dimensi: lingkungan, sosial dan ekonomi. Namun, beberapa penulis (Santos Santiago, Maria, & Dias, n.d.); (Van Bellen, 2004) (Oesselman, dan Pfeifer-Schaupp, 2012) menganggap keberlanjutan memiliki lebih banyak dimensi, antara lain dimensi politik, teknologi dan budaya, di samping tiga dimensi yang telah disebutkan di atas (Magee, Scerri, & James, 2012); (Fernández-Sánchez & Rodríguez-López, 2010); (Polaz & Teixeira, 2009). Menurut B(Bluszcz, 2016), pembangunan berkelanjutan adalah masalah yang kompleks dan multidimensi yang yang membutuhkan pengembangan beberapa indikator sintesis untuk pengukurannya.

(Gibberd, 2003) menekankan bahwa keberlanjutan adalah hidup dalam daya dukung planet ini dan, menurut WCED (1987), mendefinisikan tindakan dan kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang. Menurut WCED (1987), keberlanjutan adalah mendefinisikan tindakan dan kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang.

Dalam hal ini, (Zahra, Majeed, Mahmood, & Asad, 2012) melaporkan bahwa pengetahuan yang rinci mengenai kondisi lingkungan dan bagaimana kondisi tersebut digunakan dan dihargai oleh masyarakat dapat membantu dalam pembuatan kebijakan sosial dan lingkungan yang sesuai dengan nilai dan preferensi masyarakat setempat.

Penelitian ini telah berkembang pada tahapan (Li et al., 2021) berdasarkan temuan ini bahwa peneliti menjadikan bahan acuan sebagai pertanyaan penelitian terhadap narasumber yang disini merupakan pengunjung dari baby and kids expo. Sebagai acuan pertanyaan dijelaskan seperti dibawah ini:

***Technology-based consumption reduction (TCR)***

- a. Penggunaan e-badge
- b. Penggunaan transportasi listrik atau hibrida di acara tersebut
- c. Penggunaan brosur atau materi tanpa kertas Penggunaan pencahayaan hemat energi
- d. Penggunaan keran toilet yang diaktifkan dengan gerakan untuk menghemat air

***Reduction of exhibition supplies (RES)***

- a. Pengurangan ketinggian stan
- b. Lokasi pameran tidak menyediakan kertas dan pena untuk penonton Jangan gunakan karpet
- c. Kurangi dekorasi stan yang tidak perlu
- d. Daur ulang

***Recycling and reducing emissions (RRE)***

- a. Menerapkan program daur ulang terpisah.
- b. Mendaur ulang kotak lencana masuk, tempat sampah daur ulang umum yang bertanda

***Green F&B (GFB)***

- a. Tidak menggunakan gelas atau peralatan makan sekali pakai,
- b. Menyiapkan air mancur minum di beberapa lokasi alih-alih menyediakan air minum dalam kemasan,
- c. Menyediakan kemasan dan peralatan makanan yang dapat terurai secara hayati, Menawarkan makanan yang berasal dari sumber lokal untuk acara-acara

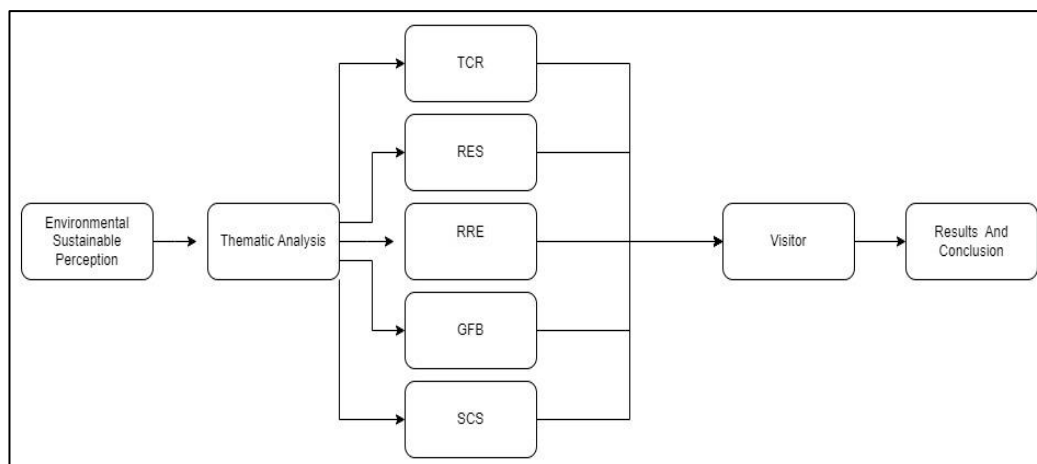
***Strengthen the concept of sustainability (SCS)***

- a. Kebijakan lingkungan yang formal dan tertulis,
- b. Penyelenggara menyiapkan area pameran dengan tema kelestarian lingkungan,
- c. Meningkatkan kesadaran peserta pameran mengenai kelestarian lingkungan,
- d. Penyelenggara memberikan penghargaan untuk stan yang ramah lingkungan,
- e. Proyek pameran memperoleh sertifikasi lingkungan

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan analisis tematik yang mengadopsi (Berbekova, Uysal, & Assaf, 2021) untuk melihat Environmental Sustainable Perception dengan membagi kategori dengan 5 kode yang mengadopsi (Tegegne, Moyle, & Becken, 2018) (kode tersebut dibagi menjadi sebagai berikut: TCR, RES, RRE, GFB, SCS dari kelima kode tersebut akan ditanyakan secara mendalam kepada 20 narasumber dengan kategori yang sudah mengikuti event. Pameran tersebut memiliki nama Baby and Kids Expo berdasarkan penelitian (Romizal, 2023) yang menjelaskan bahwa baby and kids expo merupakan pameran yang sudah berjalan selama 25 tahun. Sehingga perlu dilakukan penelitian mengenai Environmental sustainable perception untuk menggali persepsi pengunjung karena menurut penelitian (Alba romizal, Deden Sunmedar, Elly Malihah, 2023) persepsi pengunjung perlu dilihat untuk mengetahui dan mendapatkan keberlangsungan event tersebut agar mendapatkan keunggulan kompetitif.

Gambar :Framework Penelitian



Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan penelitian (Vincenzi et al., 2018) hal ini juga dapat diterapkan pada populasi lain sebagai alat untuk memperkirakan bagaimana masyarakat memandang keberlanjutan. Oleh karena itu, peneliti akan melihat persepsi dari 5 kode yang telah dirancang dengan skala populasi masyarakat Indonesia.

### 3. HASIL DAN DISKUSI

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengunjung pameran Baby and Kids Expo 2023, ditemukan dan dibagi berdasarkan kode seperti di bawah ini;

#### Kode TCR

Kode TCR menggunakan acuan pertanyaan sebagai berikut: Penggunaan e-badge, Penggunaan transportasi listrik atau hybrid di acara tersebut, Penggunaan brosur atau materi tanpa kertas, Penggunaan lampu hemat energi, Penggunaan keran toilet yang diaktifkan dengan gerakan untuk menghemat air. Temuan TCR Code berdasarkan 20 narasumber *"Pameran sudah menggunakan e-badge, tetapi tidak menggunakan transportasi hybrid pada saat acara, masih menggunakan brosur kertas, menggunakan energi yang berlebihan pada saat acara dan tidak menggunakan toilet otomatis."*

#### Kode RES

Kode RES menggunakan referensi pertanyaan berikut: Pengurangan tinggi booth, Tempat pameran tidak menyediakan kertas dan pulpen untuk penonton, Tidak menggunakan karpet, Mengurangi dekorasi booth yang tidak perlu Temuan berdasarkan 20 narasumber *"Ketinggian booth masih dalam keadaan berlebihan karena masih menggunakan kertas dalam pameran, dan dekorasi booth yang berlebihan terlihat pada booth desain khusus"*

#### Kode RRE

Kode RRE referensi untuk pertanyaan-pertanyaan adalah sebagai berikut: Menerapkan program daur ulang terpisah, Daur ulang kotak lencana masuk yang diberi tanda, tempat sampah umum. Temuan berdasarkan 20 orang yang diwawancarai *"Tidak menerapkan program daur ulang terpisah dan tidak ada penanda di kotak sampah"*

#### Kode GFB

Referensi pertanyaan kode GFB adalah, Jangan gunakan gelas atau peralatan makan sekali pakai, Siapkan air mancur minum di beberapa lokasi alih-alih menyediakan air minum dalam kemasan, Sediakan kemasan dan peralatan makanan yang dapat terurai secara hayati, Tawarkan makanan yang berasal dari sumber lokal untuk acara-acara Temuan berdasarkan 20 narasumber *"Masih menggunakan peralatan makan sekali pakai, tidak menyiapkan air minum di setiap sisi, serta menggunakan bahan yang membutuhkan waktu lama untuk terurai, sudah menawarkan makanan lokal dengan menyediakan tenant dari komunitas lokal"*

#### Kode SCS

Pertanyaan referensi kode SCS adalah sebagai berikut: Kebijakan lingkungan secara formal dan tertulis, Penyelenggara membuat area pameran dengan tema kelestarian lingkungan, Meningkatkan kesadaran peserta mengenai kelestarian lingkungan, Penyelenggara mengeluarkan penghargaan untuk stan yang ramah lingkungan, Proyek pameran memperoleh sertifikasi lingkungan.

Temuan dalam wawancara dengan 20 narasumber "Dalam kebijakan tidak ada yang tertulis maupun tidak tertulis pada event Baby and Kids Expo, pihak penyelenggara tidak mempersiapkan area pameran dengan tema kelestarian lingkungan, pihak penyelenggara tidak memberikan pengarahannya agar audiens turut serta menjaga kelestarian lingkungan, pihak penyelenggara memberikan penghargaan kepada stand-stand namun sebagai kategori sebagai peserta pameran, proyek pameran tidak memiliki sertifikasi lingkungan".

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan temuan di atas bahwa RRE, GFB, SCS sebagai teori menurut pengunjung tidak diterapkan dalam event Baby and Kids Expo, oleh karena itu diharapkan pihak penyelenggara menerapkannya sebagai keunggulan dari event pameran tersebut. Kontribusi teori pada penelitian ini mengadopsi (Li et al., 2021) bahwa dari 5 teori yang dihasilkan setelah melakukan penelitian hanya dua yang dapat diterapkan di Indonesia, yaitu TCR dan RES dengan skala event regional.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada jajaran direksi, redaksi dan tim yang telah bekerja. selain itu kesempatan penelitian pada praktisi event khususnya pameran baby and kids expo sebagai tempat penelitian maka terima kasih untuk rekan-rekan penulis semoga dapat dimanfaatkan dan menjadikan event tersebut semakin berkesinambungan.

#### 5. REFERENSI

- Alba romizal, Deden Sunmedar, Elly Malihah, R. A. (2023). *Exhibition as a media space for learning development for children in Bandung Jambura Journal of Educational Management*. (September), 326–334.
- Berbekova, A., Uysal, M., & Assaf, A. G. (2021). A thematic analysis of crisis management in tourism: A theoretical perspective. *Tourism Management*, 86(December 2020), 104342. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104342>
- Bieak Kreidler, N., & Joseph-mathews, S. (2009). How green should you go? Understanding the role of green atmospherics in service environment evaluations. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 3(3), 228–245. <https://doi.org/10.1108/17506180910995414>
- Bluszcz, A. (2016). A Comparative Analysis of Selected Synthetic Indicators of Sustainability. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 220(March), 40–50. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.467>
- Breiter, D., & Milman, A. (2006). Attendees' needs and service priorities in a large convention center: Application of the importance-performance theory. *Tourism Management*, 27(6), 1364–1370. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.09.008>
- Buathong, K., & Lai, P. C. (2017). Perceived attributes of event sustainability in the MICE industry in Thailand: A viewpoint from governmental, academic, venue and practitioner. *Sustainability (Switzerland)*, 9(7). <https://doi.org/10.3390/su9071151>
- Chen, K.-C., & Lalopa, J. M. (2000). Conventions and Exhibitions Development in Thailand. *Journal of Convention & Exhibition Management*, 2(1), 1–13. [https://doi.org/10.1300/j143v02n01\\_01](https://doi.org/10.1300/j143v02n01_01)
- Dipietro, R. B., Breiter, D., Rompf, P., & Godlewska, M. (2008). An exploratory study of

- differences among meeting and exhibition planners in their destination selection criteria. *Journal of Convention and Event Tourism*, 9(4), 258–276. <https://doi.org/10.1080/15470140802473689>
- Doh, J. P., Howton, S. D., Howton, S. W., & Siegel, D. S. (2010). Does the market respond to an endorsement of social responsibility? The role of institutions, information, and legitimacy. *Journal of Management*, 36(6), 1461–1485. <https://doi.org/10.1177/0149206309337896>
- Fernández-Sánchez, G., & Rodríguez-López, F. (2010). A methodology to identify sustainability indicators in construction project management - Application to infrastructure projects in Spain. *Ecological Indicators*, 10(6), 1193–1201. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2010.04.009>
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403–428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
- Jin, X., Weber, K., & Bauer, T. (2010). The state of the exhibition industry in China. *Journal of Convention and Event Tourism*, 11(1), 2–17. <https://doi.org/10.1080/15470140903574021>
- Jung, M. (2006). Determinants of exhibition service quality as perceived by attendees. *Journal of Convention and Event Tourism*, 7(3–4), 85–98. [https://doi.org/10.1300/J452v07n03\\_05](https://doi.org/10.1300/J452v07n03_05)
- Kim, S. S., Sun, H., & Ap, J. (2008). Is there competition in the exhibition market in Asia? Analysis of the positioning of major asian exhibition host cities. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 13(3), 205–227. <https://doi.org/10.1080/10941660802280299>
- Li, X., Su, X., & Du, Y. (2021). The environmental sustainability of an exhibition in visitors' eyes: Scale development and validation. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46(October 2020), 172–182. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.12.006>
- Magee, L., Scerri, A., & James, P. (2012). Measuring Social Sustainability: A Community-Centred Approach. *Applied Research in Quality of Life*, 7(3), 239–261. <https://doi.org/10.1007/s11482-012-9166-x>
- McCartney, G. (2008). The cAT (Casino Tourism) and the MICE (Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions): Key development considerations for the convention and exhibition industry in macao. *Journal of Convention and Event Tourism*, 9(4), 293–308. <https://doi.org/10.1080/15470140802493380>
- Mistilis, N., & Dwyer, L. (2000). Information Technology and Service Standards in MICE Tourism. *Journal of Convention & Exhibition Management*, 2(1), 55–65. [https://doi.org/10.1300/j143v02n01\\_04](https://doi.org/10.1300/j143v02n01_04)
- Nazmi Kozak. (2005). Determinants of Exhibition Service Quality as Perceived. *Journal of Convention & Event Tourism*, 7(3–4), 85–98. <https://doi.org/10.1300/J452v07n03>
- Pearce, D. G. (2007). Supplier selection in the New Zealand inbound tourism industry. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 23(1), 57–69. [https://doi.org/10.1300/J073v23n01\\_05](https://doi.org/10.1300/J073v23n01_05)
- Polaz, C. N. M., & Teixeira, B. A. do N. (2009). Indicadores de sustentabilidade para a gestão municipal de resíduos sólidos urbanos: um estudo para São Carlos (SP). *Engenharia Sanitaria e Ambiental*, 14(3), 411–420. <https://doi.org/10.1590/s1413-41522009000300015>
- Rittichainuwat, B., & Mair, J. (2012). Visitor attendance motivations at consumer travel exhibitions. *Tourism Management*, 33(5), 1236–1244. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.11.002>
- Romizal, A. (2023). *Persepsi Pengalaman Pengunjung Pameran terhadap Teknologi Self Service Registration*. 7(1), 52–57.
- SACHS, I. (2005). Desenvolvimento sustentável – desafio do século XXI José Eli da Veiga Rio de Janeiro, Garamond, 2005, 200p. IGNACY. *Ambiente & Sociedade*, VII, 214–215.

- Santos Santiago, L., Maria, S., & Dias, F. (n.d.). *Matriz de indicadores de sustentabilidade para a gestão de resíduos sólidos urbanos Matrix of sustainability indicators for the urban solid waste management*. 203–212.
- Siegel, D. S. (2010). Green management matters only if it yields more green: An economic/strategic perspective. *Strategic Direction*, 26(2), 26–27. <https://doi.org/10.1108/sd.2010.05626bad.006>
- Tegegne, W. A., Moyle, B. D., & Becken, S. (2018). A qualitative system dynamics approach to understanding destination image. *Journal of Destination Marketing and Management*, 8(September), 14–22. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.09.001>
- Van Bellen, H. M. (2004). Desenvolvimento sustentável: uma descrição das principais ferramentas de avaliação. *Ambiente & Sociedade*, 7(1), 67–87. <https://doi.org/10.1590/s1414-753x2004000100005>
- Vincenzi, S. L., Possan, E., Andrade, D. F. de, Pituco, M. M., Santos, T. de O., & Jasse, E. P. (2018). Assessment of environmental sustainability perception through item response theory: A case study in Brazil. *Journal of Cleaner Production*, 170, 1369–1386. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.09.217>
- Wong, I. K. A., Wan, Y. K. P., & Qi, S. (2015). Green events, value perceptions, and the role of consumer involvement in festival design and performance. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(2), 294–315. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.953542>
- Zahra, K., Majeed, K., Mahmood, A., & Asad, M. (2012). Impact Assessment of Community Participation in Solid Waste Management Projects in Selected Areas of Faisalabad City. *Journal of Urban Planning and Development*, 138(4), 319–327. [https://doi.org/10.1061/\(asce\)up.1943-5444.0000127](https://doi.org/10.1061/(asce)up.1943-5444.0000127)
- Zhang, L., Qu, H., & Ma, J. (2010). Examining the relationship of exhibition attendees' satisfaction and expenditure: The case of two major exhibitions in China. *Journal of Convention and Event Tourism*, 11(2), 100–118. <https://doi.org/10.1080/15470141003794972>