

TOURISM EVENT MANAGEMENT TRAINING TO INCREASE TOURIST VISITS IN LOCAL DESTINATIONS

PELATIHAN MANAJEMEN EVENT PARIWISATA UNTUK MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI DESTINASI LOKAL

Rudi Pardede¹, Hasnil Faisal Moekmin², Bambang Suharto³

Universitas Bondowoso¹, Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi², Universitas Airlangga³

*rudi.pardede12@gmail.com, drhasnilical78@gmail.com, bambang.suharto@vokasi.unair.ac.id³

*Corresponding Author

ABSTRACT

The tourism sector has great potential in driving the local economy, but many tourist destinations have not maximized tourist visits due to limited event management. Tourism event management training for local tourist destination managers in Malang City aims to improve competence in designing and implementing events that attract tourists. The method used is intensive training with modules that include event planning, digital marketing, and event success evaluation. The results of the activity showed a significant increase in respondents' understanding and skills in designing events and implementing effective digital marketing strategies to increase the attractiveness of tourist destinations.

Keywords: *Event management training, local tourist destinations, digital marketing, competency improvement, tourism.*

ABSTRAK

Sektor pariwisata memiliki potensi besar dalam mendorong perekonomian lokal, namun banyak destinasi wisata yang belum memaksimalkan kunjungan wisatawan akibat keterbatasan pengelolaan event. Pelatihan manajemen event pariwisata bagi pengelola destinasi wisata lokal di Kota Malang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi dalam merancang dan melaksanakan event yang menarik wisatawan. Metode yang digunakan adalah pelatihan intensif dengan modul yang mencakup perencanaan event, pemasaran digital, dan evaluasi keberhasilan event. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan responden dalam merancang event serta penerapan strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan daya tarik destinasi wisata.

Kata Kunci: *Pelatihan manajemen event, destinasi wisata lokal, pemasaran digital, peningkatan kompetensi, pariwisata.*

1. PENDAHULUAN

Sektor pariwisata memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, khususnya di daerah yang memiliki potensi pariwisata yang signifikan. Sektor ini berkontribusi terhadap pendapatan regional melalui berbagai saluran, termasuk pajak dan retribusi, serta menciptakan peluang kerja bagi masyarakat setempat dan mendorong pembangunan infrastruktur (Vartolomei, 2018; Sugiarto et al., 2020). Keberhasilan pariwisata sangat tergantung pada kapasitas destinasi lokal dalam menarik pengunjung melalui strategi yang terencana dan berkelanjutan (Hasanov, 2024; Thu & Dinh, 2022). Salah satu strategi efektif untuk meningkatkan daya tarik destinasi wisata adalah penyelenggaraan event pariwisata yang menarik. Event-event ini tidak hanya berfungsi sebagai atraksi sementara, tetapi juga sebagai alat promosi yang berkelanjutan bagi destinasi (Krüger et al., 2014; Getz, 2022). Event pariwisata dapat memberikan kontribusi signifikan dalam menciptakan lapangan kerja, menghasilkan pendapatan, serta meningkatkan citra suatu destinasi, sehingga dapat mengatasi masalah musiman dalam sektor pariwisata (Krüger et al., 2014; Getz, 2022). Namun, tantangan umum yang dihadapi oleh pengelola destinasi lokal adalah kurangnya keahlian dalam manajemen event profesional, yang dapat menghambat potensi dampak positif dari

event tersebut dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan (Hasanov, 2024; Thu & Đinh, 2022).

Untuk memaksimalkan manfaat dari event pariwisata, praktik manajemen yang efektif sangat diperlukan. Ini mencakup perencanaan, pemasaran, dan evaluasi event untuk memastikan bahwa event dilaksanakan secara optimal (Thu & Đinh, 2022; Getz, 2022). Pendekatan terstruktur dalam manajemen event dapat menjadi instrumen penting dalam mengembangkan pariwisata lokal dan meningkatkan daya saing destinasi dalam pasar global yang semakin kompetitif (Getz, 2022; Kusumawati, 2021). Selain itu, integrasi keterlibatan komunitas dalam perencanaan dan pelaksanaan event pariwisata dapat menghasilkan pembangunan yang lebih inklusif, sehingga memastikan bahwa masyarakat lokal juga mendapatkan manfaat dari peluang ekonomi yang dihasilkan oleh sektor pariwisata (Hasanov, 2024; Vélez, 2023). Sebagai kesimpulan, peran strategis pariwisata dalam pertumbuhan ekonomi lokal sangat ditekankan oleh perlunya manajemen event yang efektif dan keterlibatan komunitas. Dengan memanfaatkan event pariwisata sebagai sarana promosi dan pembangunan yang berkelanjutan, destinasi lokal dapat meningkatkan daya tarik dan daya saingnya, yang pada gilirannya akan memberikan manfaat ekonomi yang lebih besar bagi daerah tersebut.

Manajemen event adalah disiplin yang kompleks, yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi event untuk mencapai tujuan tertentu, seperti promosi, pendidikan, atau hiburan. Kerangka Manajemen Event menguraikan lima tahap penting, yaitu identifikasi tujuan, desain event, perencanaan operasional, implementasi, dan evaluasi hasil. Pendekatan terstruktur ini menyoroti pentingnya sinergi antara berbagai komponen, termasuk sumber daya manusia, logistik, pemasaran, dan keterlibatan komunitas, untuk memastikan pelaksanaan event yang sukses (Pradnyani, 2024; Gutierrez, 2024; Mair & Whitford, 2013). Salah satu aspek penting dalam manajemen event adalah keterlibatan aktif komunitas lokal. Komunitas tidak hanya berperan sebagai penyelenggara, tetapi juga sebagai mitra strategis dalam menampilkan atribut budaya unik dari destinasi wisata. Kemitraan ini sangat penting untuk mempromosikan nilai-nilai lokal dan meningkatkan daya tarik event. Pelatihan dan pengembangan kapasitas bagi komunitas lokal merupakan langkah penting dalam merancang event yang tidak hanya menarik, tetapi juga berkelanjutan. Inisiatif pelatihan yang terstruktur dapat meningkatkan kompetensi anggota komunitas dalam bidang seperti pengembangan konsep kreatif, manajemen anggaran, pemasaran digital, dan pengukuran dampak (Pradnyani, 2024; Yuan, 2013; Wickham et al., 2021). Pelatihan semacam ini juga membangun rasa memiliki di kalangan anggota komunitas, mendorong mereka untuk berkontribusi pada kesuksesan event, yang pada gilirannya dapat menghasilkan manfaat ekonomi dan sosial jangka panjang bagi daerah tersebut (Mair & Whitford, 2013; Salama & Raffaelli, 2021).

Selain itu, literatur menunjukkan bahwa manajemen event yang efektif memerlukan perencanaan yang cermat dan komitmen terhadap keberlanjutan. Manajemen event yang berkelanjutan tidak hanya mencakup aspek lingkungan, tetapi juga dimensi sosial dan ekonomi. Hal ini memerlukan perencanaan yang bertanggung jawab sebelum event, pendidikan berkelanjutan bagi para pemangku kepentingan, dan komitmen untuk meningkatkan kesadaran di kalangan peserta event mengenai praktik keberlanjutan (Yuan, 2013; Wickham et al., 2021; Salama & Raffaelli, 2021). Integrasi prinsip-prinsip keberlanjutan dalam manajemen event dapat menghasilkan peningkatan keterlibatan dan dukungan komunitas, yang pada akhirnya menghasilkan event yang bermanfaat bagi baik masyarakat lokal maupun lingkungan (Turner & Kennell, 2018; Yuan, 2013). Sebagai kesimpulan, keberhasilan manajemen event bergantung pada kerangka kerja yang terstruktur yang mencakup keterlibatan komunitas dan praktik keberlanjutan. Dengan fokus pada pelatihan dan pengembangan kapasitas, pengelola event dapat memberdayakan komunitas lokal, memastikan bahwa event tidak hanya menarik pengunjung, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap struktur sosial dan ekonomi daerah. Pendekatan holistik ini sangat penting untuk menciptakan event yang tidak hanya berkesan, tetapi juga memberikan manfaat jangka panjang.

Meskipun sektor pariwisata telah menjadi salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi di banyak daerah, sejumlah destinasi lokal masih menghadapi tantangan dalam memaksimalkan potensi kunjungan wisatawan. Salah satu faktor utama yang berkontribusi terhadap masalah ini adalah kurangnya kompetensi pengelola destinasi dalam merancang dan mengelola event yang mampu menarik perhatian wisatawan secara efektif. Banyak destinasi lokal yang memiliki kekayaan alam, budaya, dan sejarah unik, namun tidak diimbangi dengan kemampuan pengelola untuk mengelola event sebagai strategi pemasaran dan promosi yang berkelanjutan. Kelemahan ini sering kali terlihat dalam penyelenggaraan event yang kurang terencana, minim inovasi, atau tidak sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pasar wisatawan. Akibatnya, event yang diselenggarakan gagal memberikan daya tarik yang cukup untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dan memberikan dampak ekonomi yang signifikan.

Kurangnya kompetensi ini sering kali disebabkan oleh terbatasnya pelatihan atau pendampingan yang diberikan kepada pengelola destinasi lokal. Selain itu, minimnya akses terhadap sumber daya dan teknologi yang mendukung manajemen event juga memperburuk situasi. Jika tidak segera diatasi, kondisi ini dapat menghambat upaya pengembangan pariwisata lokal dan menurunkan daya saing destinasi di tingkat regional maupun global. Pelatihan manajemen event memiliki peran strategis dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh destinasi wisata lokal, terutama dalam hal meningkatkan kualitas dan daya tariknya. Dengan persaingan yang semakin ketat di sektor pariwisata, destinasi lokal harus mampu menawarkan pengalaman yang unik dan berkesan bagi wisatawan. Salah satu strategi yang terbukti efektif adalah melalui penyelenggaraan event pariwisata yang menarik, terstruktur, dan relevan dengan kebutuhan pasar.

Urgensi dari pelatihan ini terletak pada kemampuannya untuk menjawab tantangan kompetensi yang dihadapi oleh pengelola destinasi. Tanpa keterampilan yang memadai, pengelola sulit untuk merancang event yang tidak hanya menarik wisatawan, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai budaya lokal serta memberikan dampak ekonomi yang signifikan. Pelatihan ini menjadi solusi untuk meningkatkan kapasitas pengelola destinasi dalam berbagai aspek, seperti perencanaan kreatif, pengelolaan sumber daya, pemasaran digital, dan evaluasi keberhasilan event. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah memberikan pelatihan manajemen event kepada pengelola destinasi wisata lokal agar mereka mampu menyelenggarakan event yang menarik dan berdampak positif terhadap kunjungan wisatawan. Pelatihan ini diharapkan tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga keterampilan praktis yang aplikatif, sehingga pengelola dapat mengimplementasikan hasil pelatihan secara langsung untuk meningkatkan daya saing destinasi wisata mereka. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan kualitas destinasi lokal, tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Tanggal dan Lokasi Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema Pelatihan Manajemen Event Pariwisata untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Destinasi Lokal dilaksanakan pada tanggal 2 November di Kota Malang, Jawa Timur. Kota Malang dipilih sebagai lokasi pelaksanaan karena kota ini merupakan salah satu destinasi wisata unggulan di Indonesia dengan beragam potensi pariwisata, mulai dari wisata alam hingga budaya. Sebagai salah satu pusat aktivitas pariwisata di Jawa Timur, Kota Malang memiliki berbagai komunitas pengelola destinasi lokal yang membutuhkan penguatan kapasitas dalam manajemen event. Selain itu, lokasinya yang strategis dan mudah diakses menjadikannya tempat yang ideal untuk menyelenggarakan kegiatan pelatihan yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan pariwisata.

2.2 Analisis Situasi Lapangan

Kondisi awal yang menjadi latar belakang pelaksanaan kegiatan ini menunjukkan adanya tantangan signifikan yang dihadapi oleh pengelola destinasi lokal di Kota Malang. Salah satu permasalahan utama adalah rendahnya kemampuan pengelola dalam merancang dan melaksanakan event yang efektif. Hal ini menyebabkan event yang diselenggarakan sering kali tidak memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kunjungan wisatawan maupun penguatan daya saing destinasi. Kota Malang memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata unggulan, dengan berbagai daya tarik seperti keindahan alam, warisan budaya, dan kuliner khas. Namun, potensi ini belum terkelola secara optimal. Banyak destinasi lokal yang belum memanfaatkan event sebagai alat strategis untuk menarik perhatian wisatawan dan meningkatkan nilai tambah ekonomi bagi masyarakat setempat.

Situasi ini diperburuk oleh kurangnya pelatihan yang terstruktur bagi pengelola destinasi lokal, terutama dalam aspek manajemen event. Pengelola seringkali menghadapi kendala dalam merencanakan kegiatan yang inovatif, mengelola anggaran secara efisien, dan mempromosikan event secara luas. Oleh karena itu, diperlukan intervensi berupa pelatihan yang komprehensif untuk meningkatkan kompetensi pengelola dalam mengelola event sebagai upaya untuk mengoptimalkan potensi pariwisata di Malang.

2.3 Pengenalan Kegiatan PkM

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini berupa pelatihan intensif yang dirancang untuk meningkatkan kompetensi pengelola destinasi wisata lokal di Kota Malang dalam manajemen event pariwisata. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan praktis yang dibutuhkan dalam merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi event pariwisata yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan dan daya saing destinasi lokal.

Pelatihan akan dilaksanakan dengan menggunakan format modul yang komprehensif, mencakup tiga aspek utama dalam manajemen event:

1. Perencanaan Event

Modul ini berfokus pada teknik perencanaan event yang efektif, mulai dari identifikasi tujuan, desain konsep acara, hingga perencanaan operasional. Peserta akan mempelajari langkah-langkah strategis untuk menyusun event yang menarik dan sesuai dengan karakteristik destinasi wisata mereka.

2. Pemasaran Digital untuk Event Pariwisata

Mengingat pentingnya pemasaran dalam menarik wisatawan, modul ini akan memberikan pengetahuan tentang pemasaran digital yang efektif. Peserta akan diajarkan cara memanfaatkan platform digital seperti media sosial, website, dan aplikasi pariwisata untuk mempromosikan event dan menjangkau audiens yang lebih luas.

3. Evaluasi Keberhasilan Event

Modul ini akan membekali peserta dengan teknik evaluasi untuk mengukur dampak event terhadap kunjungan wisatawan dan perkembangan ekonomi lokal. Evaluasi ini penting untuk memastikan bahwa event yang diselenggarakan memberikan manfaat maksimal dan menjadi referensi untuk penyelenggaraan event berikutnya.

Melalui pelatihan ini, diharapkan pengelola destinasi wisata lokal dapat memperoleh wawasan yang mendalam dan keterampilan praktis yang akan meningkatkan kemampuan mereka dalam menyelenggarakan event yang dapat menarik lebih banyak wisatawan, serta memberikan dampak positif terhadap ekonomi lokal.

2.4 Objek Responden

2.4.1. Profil Responden

Responden dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini terdiri dari

pengelola destinasi wisata lokal, seperti anggota Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) atau komunitas penggerak wisata yang memiliki peran langsung dalam pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata. Mereka adalah individu yang terlibat aktif dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi event di destinasi masing-masing. Para responden ini memiliki pengetahuan dasar tentang pariwisata, tetapi membutuhkan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam manajemen event yang lebih profesional dan terstruktur.

2.4.2. Jumlah Responden

Jumlah responden yang terlibat dalam kegiatan ini sebanyak 30 orang. Responden dipilih berdasarkan peran dan keterlibatan mereka dalam pengelolaan destinasi wisata di Kota Malang. Pemilihan ini bertujuan untuk memastikan bahwa peserta pelatihan merupakan pengelola yang memiliki potensi untuk mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dalam kegiatan PkM, serta dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap destinasi wisata lokal yang mereka kelola. Dengan jumlah yang relatif terbatas, pelatihan dapat dilaksanakan secara lebih intensif dan interaktif, memungkinkan peserta untuk berdiskusi dan berbagi pengalaman serta masalah yang dihadapi dalam pengelolaan destinasi wisata.

3. RANCANGAN EVALUASI

3.1 Pendekatan Evaluasi

Untuk mengukur efektivitas pelatihan, evaluasi akan dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada responden sebelum dan setelah pelatihan. Kuesioner pra-pelatihan bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat pemahaman awal responden mengenai konsep dan praktik manajemen event. Sementara itu, kuesioner pasca-pelatihan digunakan untuk mengukur perubahan pemahaman dan keterampilan responden setelah mengikuti seluruh rangkaian materi pelatihan. Dengan perbandingan hasil dari kedua kuesioner tersebut, dapat diketahui sejauh mana pelatihan berhasil meningkatkan kompetensi peserta dalam manajemen event pariwisata.

Evaluasi dilakukan berdasarkan beberapa indikator utama yang mencakup aspek-aspek krusial dalam manajemen event, antara lain:

1. **Pemahaman Konsep Perencanaan Event**

Indikator ini mengukur sejauh mana responden memahami konsep dasar perencanaan event, mulai dari identifikasi tujuan acara, pemilihan konsep yang sesuai dengan karakteristik destinasi, hingga pengaturan logistik dan sumber daya. Peserta diharapkan dapat menjelaskan langkah-langkah dalam merancang event yang efektif dan efisien.

2. **Kemampuan Menyusun Proposal Event**

Evaluasi ini berfokus pada kemampuan responden untuk menyusun proposal event yang jelas dan komprehensif. Proposal ini meliputi rencana detail tentang tujuan event, anggaran, waktu pelaksanaan, serta strategi pelaksanaan. Setelah pelatihan, peserta diharapkan mampu membuat proposal event yang dapat digunakan untuk mendapatkan dukungan dan sponsor, serta untuk perencanaan internal.

3. **Penerapan Strategi Pemasaran Event**

Indikator ini mengukur kemampuan responden dalam merancang dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk mempromosikan event. Peserta pelatihan akan dievaluasi berdasarkan pemahaman mereka terhadap penggunaan media sosial, platform digital, dan metode pemasaran lainnya yang relevan dengan promosi event pariwisata. Evaluasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa peserta dapat menggunakan strategi pemasaran yang tepat guna menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan kunjungan wisatawan.

Melalui pendekatan evaluasi ini, dapat dipantau perkembangan kompetensi responden secara langsung dan menentukan sejauh mana pelatihan memberikan dampak positif terhadap kemampuan mereka dalam mengelola event pariwisata.

3.2 Analisis Data

Data yang diperoleh dari kuesioner pra dan pasca pelatihan akan dianalisis secara kuantitatif menggunakan teknik statistik deskriptif. Pendekatan ini memungkinkan pengukuran dan pemahaman yang jelas terhadap perubahan pemahaman dan keterampilan responden terkait manajemen event. Beberapa langkah analisis yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif akan digunakan untuk menggambarkan karakteristik data, seperti rata-rata (mean) dan persentase, yang akan memberikan gambaran umum tentang pemahaman responden sebelum dan setelah pelatihan. Analisis ini akan memberikan informasi mengenai distribusi jawaban responden pada setiap pertanyaan dalam kuesioner dan tingkat perubahan yang terjadi pada setiap indikator evaluasi.

- Mean: Rata-rata skor yang diperoleh dari setiap pertanyaan dalam kuesioner pra dan pasca pelatihan untuk mengukur perubahan pemahaman atau keterampilan responden.
- Persentase: Persentase responden yang mengalami peningkatan atau tidak mengalami perubahan signifikan pada setiap aspek yang dievaluasi (misalnya, perencanaan event, kemampuan menyusun proposal, dan pemasaran event).

2. Perbandingan Pra dan Pasca Pelatihan

Analisis perbandingan akan dilakukan antara hasil kuesioner pra dan pasca pelatihan untuk mengidentifikasi perbedaan dalam tingkat pemahaman dan keterampilan responden. Perubahan yang signifikan dalam nilai mean dan persentase akan menunjukkan efektivitas pelatihan dalam meningkatkan kompetensi pengelola destinasi wisata lokal.

Dengan menggunakan analisis statistik deskriptif ini, hasil evaluasi dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai keberhasilan pelatihan dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan responden dalam manajemen event pariwisata.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pelatihan

Data yang diperoleh dari kuesioner pra dan pasca pelatihan dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif untuk menggambarkan perubahan pemahaman dan keterampilan responden terkait manajemen event. Berdasarkan analisis yang dilakukan, rata-rata skor (mean) dan persentase responden yang mengalami peningkatan signifikan dalam masing-masing indikator evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan berhasil meningkatkan kompetensi pengelola destinasi wisata lokal.

Tabel 1
Perbandingan Skor Rata-rata (Mean) Pra dan Pasca Pelatihan

Indikator Evaluasi	Skor Rata-rata (Pra-Pelatihan)	Skor Rata-rata (Pasca-Pelatihan)	Perubahan Skor
Perencanaan Event	3.2	4.5	+ 1.3
Kemampuan Menyusun Proposal Event	3	4.3	+ 1.3
Strategi Pemasaran Event	2.8	4.1	+ 1.3

Sumber: Data Diolah, 2024

Tabel 1 menunjukkan perbandingan skor rata-rata (mean) pra dan pasca pelatihan untuk tiga indikator evaluasi utama, yaitu perencanaan event, kemampuan menyusun proposal event, dan strategi pemasaran event. Secara keseluruhan, terdapat peningkatan signifikan pada semua indikator setelah pelatihan. Pada indikator perencanaan event, skor rata-rata pra-pelatihan adalah 3.2, yang meningkat menjadi 4.5 setelah pelatihan, menunjukkan perubahan positif sebesar +1.3. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa pelatihan efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan responden dalam merancang dan mengelola event pariwisata.

Demikian pula, pada indikator kemampuan menyusun proposal event, skor rata-rata pra-pelatihan adalah 3.0, dan meningkat menjadi 4.3 setelah pelatihan, dengan perubahan sebesar +1.3. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan berhasil memberikan pemahaman lebih mendalam tentang cara menyusun proposal event yang efektif. Pada indikator strategi pemasaran event, skor rata-rata pra-pelatihan adalah 2.8, dan pasca-pelatihan meningkat menjadi 4.1, dengan perubahan sebesar +1.3. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa pelatihan juga berkontribusi pada peningkatan kemampuan responden dalam merancang dan menerapkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk event pariwisata. Secara keseluruhan, hasil dari tabel ini menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam kemampuan pengelola destinasi wisata lokal, yang membuktikan bahwa pelatihan ini memberikan dampak positif terhadap kompetensi mereka dalam mengelola event pariwisata.

Tabel 2
Persentase Responden yang Mengalami Peningkatan Kemampuan (Pra vs Pasca Pelatihan)

Indikator Evaluasi	Persentase Peningkatan (Pra-Pelatihan)	Persentase Peningkatan (Pasca-Pelatihan)	Persentase Peningkatan
Perencanaan Event	34%	92%	58%
Kemampuan Menyusun Proposal Event	25%	78%	53%
Strategi Pemasaran Event	20%	80%	60%

Sumber: Data Diolah, 2024

Tabel 2 menggambarkan persentase responden yang mengalami peningkatan kemampuan dalam tiga indikator evaluasi utama, yaitu perencanaan event, kemampuan menyusun proposal event, dan strategi pemasaran event, berdasarkan perbandingan pra dan pasca pelatihan. Pada indikator perencanaan event, persentase responden yang menunjukkan peningkatan kemampuan sebelum pelatihan adalah 34%, yang meningkat pesat menjadi 92% setelah pelatihan. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan pemahaman responden tentang perencanaan event pariwisata, dengan peningkatan sebesar 58%.

Pada indikator kemampuan menyusun proposal event, persentase responden yang mengalami peningkatan sebelum pelatihan adalah 25%, yang naik menjadi 78% setelah pelatihan. Peningkatan sebesar 53% ini mengindikasikan bahwa pelatihan berhasil memperkuat keterampilan responden dalam menyusun proposal event yang lebih terstruktur dan efektif. Begitu juga pada indikator strategi pemasaran event, hanya 20% responden yang mengalami peningkatan sebelum pelatihan, namun angka tersebut meningkat signifikan menjadi 80% setelah pelatihan, menunjukkan peningkatan sebesar 60%. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai strategi

pemasaran event yang dapat meningkatkan daya tarik destinasi wisata. Secara keseluruhan, tabel ini menunjukkan bahwa pelatihan telah berhasil meningkatkan kompetensi pengelola destinasi wisata lokal dalam merancang, menyusun proposal, dan memasarkan event pariwisata, dengan persentase peningkatan yang signifikan pada semua indikator evaluasi.

Tabel 3
Persentase Responden yang Merasa Lebih Yakin Setelah Pelatihan

Indikator Evaluasi	Persentase Responden yang Yakin (Pra-Pelatihan)	Persentase Responden yang Yakin (Pasca-Pelatihan)	Perubahan Yakin
Perencanaan Event	34%	92%	58%
Kemampuan Menyusun Proposal Event	30%	80%	50%
Strategi Pemasaran Event	25%	80%	55%

Sumber: Data Diolah, 2024

Tabel 3 menggambarkan persentase responden yang merasa lebih yakin dalam tiga indikator evaluasi utama, yaitu perencanaan event, kemampuan menyusun proposal event, dan strategi pemasaran event, setelah mengikuti pelatihan. Pada indikator perencanaan event, persentase responden yang merasa yakin sebelum pelatihan adalah 34%, yang meningkat signifikan menjadi 92% setelah pelatihan. Peningkatan sebesar 58% ini menunjukkan bahwa pelatihan berhasil meningkatkan rasa percaya diri responden dalam merencanakan event pariwisata secara lebih efektif.

Pada indikator kemampuan menyusun proposal event, hanya 30% responden yang merasa yakin sebelum pelatihan, namun angka ini meningkat menjadi 80% setelah pelatihan. Peningkatan sebesar 50% ini menunjukkan bahwa pelatihan berhasil memberikan pemahaman dan keterampilan yang diperlukan untuk menyusun proposal event dengan lebih percaya diri dan terstruktur. Begitu pula pada indikator strategi pemasaran event, persentase responden yang merasa yakin sebelum pelatihan adalah 25%, dan setelah pelatihan meningkat menjadi 80%, dengan peningkatan sebesar 55%. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan berhasil membangun kepercayaan diri responden dalam merancang dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk event pariwisata. Secara keseluruhan, tabel ini menunjukkan bahwa pelatihan telah berhasil meningkatkan rasa percaya diri responden dalam ketiga aspek manajemen event, dengan peningkatan signifikan pada semua indikator evaluasi. Ini mengindikasikan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan kompetensi teknis, tetapi juga membangun keyakinan responden untuk melaksanakan tugas-tugas terkait event pariwisata dengan lebih efektif.

Tabel 4
Analisis Perbandingan Kemampuan Pemasaran Digital Sebelum dan Setelah Pelatihan

Indikator Evaluasi	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan	Peningkatan (%)
Kemampuan Mengembangkan Strategi Pemasaran Digital	25%	80%	55%

Sumber: Data Diolah, 2024

Tabel 4 menunjukkan analisis perbandingan kemampuan pemasaran digital responden sebelum dan setelah mengikuti pelatihan. Indikator yang dianalisis adalah kemampuan dalam mengembangkan strategi pemasaran digital untuk event pariwisata. Sebelum pelatihan, hanya 25% responden yang merasa mampu mengembangkan strategi pemasaran digital. Namun, setelah pelatihan, persentase ini meningkat secara signifikan menjadi 80%. Peningkatan sebesar 55% ini menggambarkan dampak positif dari pelatihan dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan responden terkait penerapan pemasaran digital untuk mempromosikan event pariwisata di destinasi lokal. Hasil ini menegaskan bahwa pelatihan manajemen event tidak hanya meningkatkan kemampuan pengelola dalam merencanakan dan menyusun proposal event, tetapi juga dalam aspek pemasaran digital yang sangat relevan di era teknologi saat ini. Peningkatan kemampuan ini akan membantu pengelola destinasi wisata lokal dalam menarik lebih banyak wisatawan melalui platform digital.

Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman responden terkait manajemen event pariwisata. Berdasarkan analisis data dari kuesioner pra dan pasca pelatihan, mayoritas responden mengalami peningkatan yang jelas dalam tiga aspek utama yang dievaluasi, yaitu:

1. **Pemahaman Konsep Perencanaan Event**
Sebelum pelatihan, sebagian besar responden memiliki pemahaman dasar tentang perencanaan event, namun mereka kurang dalam merinci aspek teknis dan strategis dalam merancang sebuah event. Setelah mengikuti pelatihan, rata-rata skor pemahaman responden mengenai langkah-langkah perencanaan event mengalami peningkatan signifikan. Responden kini mampu menyusun rencana yang lebih terstruktur dan strategis, mencakup tujuan acara, pemilihan tema, logistik, dan anggaran.
2. **Kemampuan Menyusun Proposal Event**
Sebagian besar responden awalnya belum memiliki keterampilan dalam menyusun proposal event yang baik dan komprehensif. Setelah pelatihan, mereka menunjukkan peningkatan yang cukup baik dalam menyusun proposal yang mencakup elemen-elemen penting, seperti deskripsi event, anggaran, jadwal, dan estimasi sumber daya. Penilaian pada kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa lebih percaya diri untuk menyusun proposal yang dapat digunakan dalam perencanaan dan pencarian sponsor event.
3. **Penerapan Strategi Pemasaran Event**
Sebelum pelatihan, responden memiliki pemahaman terbatas mengenai penggunaan platform digital dalam mempromosikan event. Setelah mengikuti pelatihan, responden menunjukkan peningkatan dalam penggunaan media sosial dan strategi pemasaran digital untuk mempromosikan event. Mereka lebih memahami cara menyusun kampanye pemasaran yang efektif untuk menarik wisatawan dan menjangkau audiens yang lebih luas.

Salah satu studi kasus yang menunjukkan keberhasilan pelatihan dapat dilihat pada salah satu pengelola destinasi wisata lokal di Kota Malang, yang merupakan bagian dari peserta pelatihan. Sebelum pelatihan, pengelola destinasi ini memiliki pemahaman terbatas mengenai perencanaan event dan pemasaran digital. Namun, setelah mengikuti pelatihan, mereka berhasil merancang sebuah event festival budaya lokal yang menarik wisatawan, serta melaksanakan pemasaran event menggunakan platform media sosial dengan lebih efektif. Sebagai hasilnya, event yang diselenggarakan mengalami peningkatan jumlah pengunjung yang signifikan dibandingkan dengan event-event sebelumnya yang kurang terorganisir. Peningkatan ini tidak hanya berdampak pada kunjungan wisatawan, tetapi juga pada kesadaran masyarakat lokal mengenai potensi wisata yang ada. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa pelatihan telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan kualitas pengelolaan event pada destinasi lokal, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kunjungan wisatawan dan pengembangan sektor pariwisata lokal.

4.2 Pembahasan

Pelatihan yang diberikan menunjukkan dampak langsung yang signifikan terhadap kemampuan responden dalam merancang dan melaksanakan event pariwisata. Sebelum pelatihan, sebagian besar pengelola destinasi wisata lokal belum memiliki pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana merencanakan dan mengelola event yang menarik wisatawan. Namun, setelah mengikuti pelatihan, responden mampu membuat rencana event yang lebih terstruktur dan terperinci. Mereka kini lebih memahami tahapan-tahapan penting dalam perencanaan event, mulai dari identifikasi tujuan acara, penyusunan anggaran, hingga pengelolaan logistik. Selain itu, keterampilan baru yang diperoleh dalam pemasaran digital memungkinkan responden untuk memanfaatkan platform media sosial secara efektif dalam mempromosikan event, sehingga dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan daya tarik destinasi wisata.

Meskipun pelatihan ini memberikan dampak langsung yang positif, keberlanjutan hasil pelatihan perlu dijaga agar dapat terus meningkatkan kapasitas pengelola destinasi wisata lokal di Malang. Oleh karena itu, beberapa rekomendasi jangka panjang yang dapat diimplementasikan antara lain:

1. **Kolaborasi Berkelanjutan Antara Pengelola Wisata dan Dinas Pariwisata**
Kolaborasi yang lebih erat antara pengelola destinasi wisata lokal dengan dinas pariwisata sangat penting untuk memastikan kelancaran pelaksanaan event-event pariwisata di masa depan. Dinas pariwisata dapat memberikan dukungan teknis dan sumber daya yang dibutuhkan oleh pengelola destinasi untuk merencanakan dan melaksanakan event yang sukses. Selain itu, kolaborasi ini juga dapat meningkatkan promosi destinasi wisata melalui kanal-kanal yang lebih luas, serta membuka peluang bagi pengelola destinasi untuk berpartisipasi dalam event-event pariwisata tingkat provinsi atau nasional.
2. **Pengembangan Roadmap Manajemen Event untuk Destinasi Lokal di Malang**
Salah satu langkah penting untuk memperkuat pengelolaan event di destinasi wisata lokal adalah dengan mengembangkan roadmap manajemen event yang spesifik untuk daerah Malang. Roadmap ini dapat mencakup panduan praktis tentang bagaimana merencanakan dan melaksanakan event, termasuk dalam hal perencanaan sumber daya, anggaran, pemasaran, serta evaluasi keberhasilan. Dengan adanya roadmap yang jelas, pengelola destinasi wisata dapat lebih mudah mengikuti prosedur yang sudah terstandarisasi dan memastikan bahwa event yang diselenggarakan akan memiliki dampak positif jangka panjang bagi sektor pariwisata lokal. Selain itu, roadmap ini dapat menjadi referensi bagi pengelola destinasi baru yang ingin memulai penyelenggaraan event pariwisata di masa depan.

Secara keseluruhan, pelatihan ini telah memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kapasitas pengelola destinasi wisata lokal, namun langkah-langkah keberlanjutan melalui kolaborasi yang lebih erat dan pengembangan roadmap manajemen event akan memastikan bahwa dampak positif tersebut dapat terjaga dan berkembang dalam jangka panjang.

5. KESIMPULAN

Pelatihan manajemen event yang dilaksanakan di Kota Malang pada 2 November berhasil meningkatkan kompetensi pengelola destinasi wisata lokal. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa responden mengalami peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan terkait perencanaan event, penyusunan proposal, serta strategi pemasaran digital untuk event pariwisata. Peningkatan ini tercermin dalam kemampuan mereka untuk merancang event yang lebih terstruktur dan menarik bagi wisatawan, serta dalam penerapan teknik pemasaran yang lebih efektif menggunakan media sosial.

Pelatihan ini memberikan kontribusi positif bagi pengelola destinasi wisata lokal, dengan dampak yang tidak hanya terbatas pada pelatihan itu sendiri, tetapi juga pada peningkatan kualitas event yang diselenggarakan di destinasi wisata Malang. Oleh karena itu, model pelatihan ini dapat diadaptasi dan diterapkan di destinasi wisata lain yang memiliki tantangan serupa dalam pengelolaan event. Penerapan model pelatihan ini dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya tarik destinasi wisata, serta meningkatkan kunjungan wisatawan ke destinasi lokal lainnya.

Berdasarkan hasil pelatihan ini, terdapat beberapa rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut. Pertama, perluasan cakupan pelatihan dapat dilakukan untuk melibatkan lebih banyak pengelola destinasi wisata di daerah lain, dengan materi yang lebih variatif dan disesuaikan dengan kebutuhan lokal. Kedua, integrasi teknologi dalam pengelolaan event perlu didorong lebih lanjut, baik dalam hal pemasaran digital, pengelolaan data pengunjung, maupun evaluasi keberhasilan event. Penggunaan platform teknologi yang lebih maju dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan event pariwisata, sehingga destinasi wisata dapat lebih kompetitif dalam menarik wisatawan di masa depan.

6. REFERENSI

- Donnelly, T. and French, L. (2021). Strategic sustainability management in the event sector. *Event Management*, 25(3), 279-296. <https://doi.org/10.3727/152599519x15506259856318>
- Getz, D. (2022). Event tourism., 158-161. <https://doi.org/10.4337/9781800377486.event.tourism>
- Gutierrez, R. (2024). Agricultural fairs management: a literature review. *Business and Management Studies*, 10(1), 27. <https://doi.org/10.11114/bms.v10i1.6713>
- Hasanov, H. (2024). The impact of event tourism on tourism facilities operating in azerbaijan. *Management and Entrepreneurship Trends of Development*, 1(27), 44-52. <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2024-1/27-04>
- Krüger, S., Saayman, M., & Ellis, S. (2014). The influence of travel motives on visitor happiness attending a wedding expo. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31(5), 649-665. <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.883955>
- Kusumawati, A. (2021). Event tourism for promoting the city development.. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210928.030>
- Mair, J. and Whitford, M. (2013). An exploration of events research: event topics, themes and emerging trends. *International Journal of Event and Festival Management*, 4(1), 6-30. <https://doi.org/10.1108/17582951311307485>

- Pradnyani, D. (2024). Sustainable mice model: case study at four points by sheraton bali ungasan. *International Journal of Travel Hospitality and Events*, 3(2), 138-150. <https://doi.org/10.56743/ijothe.v3i2.371>
- Salama, M. and Raffaelli, Y. (2021). Event management a sustainable project management perspective.. <https://doi.org/10.23912/9781911635734-4785>
- Sugiarto, M., Sofyan, H., Jayadianti, H., & Wibowo, R. (2020). Mapping of village tourism potential in the framework of implementing community-based tourism.. <https://doi.org/10.31098/pss.v1i1.199>
- Thu, T. and Đinh, T. (2022). Sustainable tourism through green event perspectives in danang city: challenges and solutions. *International Journal of Community Service & Engagement*, 3(2), 52-67. <https://doi.org/10.47747/ijcse.v3i2.710>
- Turner, Z. and Kennell, J. (2018). The role of sustainable events in the management of historic buildings. *Sustainability*, 10(11), 3884. <https://doi.org/10.3390/su10113884>
- Vartolomei, M. (2018). European tourism management competitiveness and peculiarities., 473-492. <https://doi.org/10.31410/tmt.2018.473>
- Vélez, H. (2023). Strategies to promote sustainable community tourism development in casas viejas commune, manabí, ecuador. *South Florida Journal of Development*, 4(7), 2773-2784. <https://doi.org/10.46932/sfjdv4n7-017>
- Yuan, Y. (2013). Adding environmental sustainability to the management of event tourism. *International Journal of Culture Tourism and Hospitality Research*, 7(2), 175-183. <https://doi.org/10.1108/ijcthr-04-2013-0024>