

PELATIHAN PEMASARAN EVENT WISATA KAMPOENG TUWO RELIGI

Raden Johnny Hadi Raharjo¹, Nanik Hariyana², Miftahul Huda^{3*}, I Bagus Rendy Brahmastra⁴

^{1,2,3*,4,5} Universitas Pembangunan Veteran Jawa Timur

^{1*} raden.johnny.ma@upnjatim.ac.id

² nanik.hariyana.ma@upnjatim.ac.id

³ mifanothereone@gmail.com

⁴ bagusrendy12@gmail.com

Abstrak

Festival Kebudayaan “*Hidden Gem of AAC*” di Kelurahan Alun – Alun Contong merupakan sebuah *event* yang bertujuan untuk mempromosikan Wisata Kampong Tuwo Religi Alun – Alun Contong. Konsep festival zaman dulu yang dipadukan dengan bazar dan berbagai kegiatan yang menarik minat berbagai kalangan khususnya peminat sejarah dan kebudayaan lokal. Festival Kebudayaan “*Hidden Gem of AAC*” menampilkan berbagai pentas seni, *fashion show*, *doorprize*, tari tradisional dan berbagai pertunjukan musik. Dalam penyusunan strategi *event* Festival Kebudayaan “*Hidden Gem of AAC*”, pengabdian bersama anggota Kelompok Sadar Wisata Kelurahan Alun – Alun Contong yang berjumlah 28 orang yang menjadi bagian penting dalam pelaksanaannya. *Event* yang dipilih sebagai strategi komunikasi pemasaran paket wisata Kampong Tuwo Religi Alun – Alun Contong ini menyesuaikan dengan karakteristik penggemar sejarah dan kebudayaan lokal, maka *event* ini dikemas dengan karakteristik budaya tempo dulu. Diharapkan dengan adanya pemasaran *event* berbasis kebudayaan lokal ini dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke wisata Kampong Tuwo Religi.

Kata Kunci: Pemuridan Pemasaran, desa wisata, kebudayaan lokal

Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan zaman, wisata menjadi salah satu penunjang perekonomian negara dan daerah. Menurut Badan Pusat Statistik jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia yang datang melalui pintu masuk utama pada Februari 2022 mencapai 18,46 ribu kunjungan, naik 151,98 persen dibandingkan dengan jumlah kunjungan pada Februari 2021. Jika dibandingkan dengan bulan sebelumnya, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara melalui pintu masuk utama pada Februari 2022 juga meningkat sebesar 21,91 persen. Hal ini tentu berpengaruh positif terhadap perekonomian negara dari pendapatan visa dan penunjang UMKM lokal (Rangkuti & Freddy, 2010). Pariwisata saat ini merupakan salah satu bisnis menguntungkan yang sedang digencarkan pemerintah untuk pemulihan perekonomian pasca pandemi COVID – 19.

Setiap negara pastinya memiliki Undang – Undang dalam mengatur mengenai Kepariwisata, hal ini dilakukan negara untuk mengatur dan mengawasi pariwisata yang ada dalam negara. Di Indonesia sendiri terdapat Undang – Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, menjelaskan Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah pusat, dan pemerintah daerah. Sesuai dengan Undang – Undang No. 23 Tahun 2014 yang menggantikan Undang – Undang No. 32 tahun 2004 tentang Otonomi Daerah menjelaskan bahwa setiap daerah diberikan hak, wewenang dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia, dengan adanya Otonomi Daerah diharapkan pemerintah daerah dapat

*Correspondent Author: mifanothereone@gmail.com

mengembangkan potensi daerah yang dimiliki terutama di sektor pariwisata sehingga dapat menarik wisatawan dan mensejahterakan masyarakat setempat.

Kampoeng Tuwo Religi merupakan nama yang digagas oleh Kelurahan Alun – Alun Contong sejak 2017 sebagai nama icon wisata di Kelurahan Alun – Alun Contong. Nama ini terinspirasi dari banyaknya situs – situs kuno bernuansa islami diantaranya, Kantor HBNU, Makam Kiai Sedo Masjid, Langgar Syuhada dan masih banyak lagi bangunan – bangunan kuno yang bernuansa islam.

Beberapa situs yang ada di Kelurahan Alun – Alun Contong merupakan bangunan pada zaman Belanda yang masih dipelihara dengan baik dan masih terjaga keasliannya. Banyak rumah – rumah peninggalan zaman Belanda yang memiliki ciri khas arsitektur bangunan Belanda yang bahkan masih terdapat tulisan tahun pembangunannya. Ada juga situs makam Joko Jumput yang menjadi cikal bakal Kota Surabaya, karena dipercaya merupakan salah satu orang yang membuka pertama kali (babat alas) Kota Surabaya. Ada pula museum di Sekolah Dasar Alun – Alun Contong yang menjadi saksi bisu tempat mengajarnya Ayah dari Presiden Pertama Indonesia Ir. Soekarno yaitu Raden Soekemi Sosrodihardjo. Ada Tugu Pahlawan yang dibangun untuk memperingati peristiwa 10 November 1945 di Surabaya, dimana Arek – Arek Suroboyo berjuang melawan pasukan sekutu bersama Belanda yang hendak menjajah kembali Indonesia. Dan masih banyak lagi situs – situs cagar budaya yang menjadi ikon menarik dari Kampoeng Tuwo Religi ini yang belum banyak dikenal. Untuk itu diperlukan adanya promosi untuk memperkenalkan Kampoeng Tuwo Religi kepada masyarakat luas. Berdasarkan survei lapangan dan wawancara oleh pengabdian, terdapat beberapa permasalahan yang ditemukan pada pemasaran Kampoeng Tuwo Religi yang dilakukan Kelurahan Alun – Alun Contong sebagai mitra, diantaranya : belum adanya sebuah event gebrakan yang menarik perhatian calon pengunjung sehingga daya tarik dari Kampoeng Tuwo Religi belum terekspos dengan baik yang menyebabkan calon pengunjung ragu untuk berkunjung karena belum banyak ulasan pengunjung tentang Kampoeng Tuwo Religi. Berdasarkan penjelasan di atas, permasalahan mitra dirangkum di bawah ini :

- a) Mitra membutuhkan sebuah event sebagai gebrakan untuk memotivasi warga Kelurahan alun-alun Contong mempromosikan wisata Kampoeng Tuwo Religi.
- b) Mitra membutuhkan sebuah event sebagai daya tarik untuk menarik perhatian calon pengunjung.
- c) Mitra membutuhkan pendampingan untuk menyelenggarakan event tersebut.

Berdasarkan pengamatan pengabdian di lapangan, maka solusi yang akan diberikan adalah sebagai berikut :

- a) Akan diberikan wawasan tentang pentingnya memahami perilaku konsumen dan pemasaran event.
- b) Bentuk pendampingan yang diberikan adalah pemasaran event berbasis kebudayaan lokal yang sesuai dengan minat calon pengunjung.
- c) Pengabdian akan membantu Kelompok Sadar Wisata Kelurahan Alun – Alun Contong untuk menyelenggarakan event mulai dari perencanaan sampai dengan eksekusi.

Melihat potensi wisata Kelurahan Alun – Alun Contong ini, maka dibuatlah konsep Festival Kebudayaan “Hidden Gem of AAC” sebuah event untuk mengenalkan ke masyarakat luas tentang situs – situs sejarah yang menarik untuk dikunjungi. Konsep utama Festival Kebudayaan “Hidden Gem of AAC” adalah festival tempo dulu yang dipadukan dengan berbagai acara menarik seperti fashion show, pentas seni, bazar UMKM, jalan sehat, pertunjukan tari dan musik yang akan menarik perhatian pengunjung. Dengan memanfaatkan perilaku konsumen yang cenderung lebih percaya pada rekomendasi pelanggan lain maka diharapkan akan ada banyak pengunjung baru yang datang atas rekomendasi word of mouth dan social media to social media dari peserta Festival Kebudayaan “Hidden Gem of AAC”.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa hingga taraf tertentu, word of mouth memiliki kaitan dengan kepuasan. Pelanggan yang memiliki pandangan kuat akan suatu jasa cenderung lebih vokal menceritakan pengalaman mereka daripada yang biasa-biasa saja, dan pelanggan yang benar-benar tidak puas akan bersuara jauh lebih keras daripada pelanggan yang puas (Salman Paludi, 2019). Bahkan yang lebih menarik lagi adalah pelanggan yang awalnya tidak puas dengan suatu produk atau jasa dapat menyebarkan word of mouth positif apabila mereka puas dengan perusahaan melakukan perbaikan pelayanan.

Pada konteks penelitian ini peneliti ingin melihat gambaran tentang strategi yang digunakan untuk menjual dan memasarkan paket wisata Kampoeng Tuwo Religi. Sebagai referensi pendukung penelitian, peneliti menghubungkan penelitian ini dengan penelitian Event Sebagai Salah Satu Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fashion Nasional Berbasis Clothing / Distro (Rahma, Ade. 2017) dan hasil penelitian tentang pengaruh event pariwisata terhadap keputusan berkunjung (Simanjuntak, Daniel Fransiscus. 2018). Berdasarkan referensi dari dua penelitian di atas semakin menguatkan peneliti untuk mencari gambaran tentang strategi yang dilakukan dalam event pemasaran paket wisata Kampoeng Tuwo Religi. Bahwa event mampu mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan ke arah positif (Rob Harris & Allen Johnny, 2002).

Event Festival *Hidden Gem Of AAC* ini merupakan salah satu media promosi yang bertujuan untuk memperkenalkan wisata Kampoeng Tuwo Religi kepada masyarakat luas. Kotler, Philip dan Armstrong (2016), event ini merupakan salah satu bentuk event marketing yang merupakan jenis promosi dimana suatu merek atau ikon dikaitkan dengan suatu acara atau kegiatan yang memiliki tema tertentu bertujuan menciptakan suatu pengalaman bagi konsumen dan mempromosikan produk atau jasa (Belch & Michael, 2012). Tema yang diangkat dalam event Festival Hidden Gem Of AAC ini adalah kebudayaan zaman dulu khususnya kebudayaan Jawa Timur. Terdapat beberapa penampilan tari khas Jawa Timur dan dresscode dari panitia adalah batik yang berkaitan erat dengan budaya Indonesia. Dalam upaya promosi wisata Kampoeng Tuwo Religi kami juga bekerja sama dengan beberapa mitra di antaranya UPN TV, Putri Remaja Jawa Timur, Dinas Pariwisata Kota Surabaya dan masih banyak lagi mitra yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada 26 Juni 2022 di Jalan Baliwerti Kelurahan Alun – Alun Contong, Kecamatan Bubutan, Kota Surabaya. Materi yang diberikan bersifat aplikatif dan mengarah pada objek yang dituju untuk pendampingan promosi berbasis Marketing Event melalui Festival Hidden Gem of AAC. Tahapan dari pendampingan sebagai berikut :

Pihak pengabdian memberikan wawasan tentang potensi wisata Kelurahan Alun – Alun Contong dan Marketing Event.

- 1) Pihak pengabdian melakukan riset kepada pihak mitra tentang laporan penyelenggaraan event sebelumnya ataupun dari pengalaman melalui kuisisioner dan melakukan focus group discussion.
- 2) Pihak pengabdian bersama pihak mitra merumuskan tema dan konsep event.
- 3) Pihak pengabdian bersama pihak mitra merumuskan strategi penyelenggaraan event.
- 4) Pihak pengabdian bersama pihak mitra melakukan koordinasi persiapan pra – event.
- 5) Pihak pengabdian bersama pihak mitra mengeksekusi event sesuai rencana.
- 6) Pihak pengabdian bersama pihak mitra melakukan evaluasi.

Pihak pengabdian menempatkan diri sebagai pendamping untuk memberikan solusi dan inovasi berupa pendampingan marketing event yang diaplikasikan secara langsung dalam bentuk acara Festival Hidden Gem of AAC untuk mempromosikan Wisata Kampoeng Tuwo Religi dan

mendorong kesadaran warga Kelurahan Alun – Alun Contong untuk mempromosikan wisata yang dimiliki dengan cara – cara inovatif..

Hasil dan Pembahasan

Diawali dengan melakukan wawancara kepada pihak mitra yaitu ketua Kelompok Sadar Wisata untuk menggali informasi dan data terkait kesiapan anggota Kelompok Sadar Wisata dan penentuan waktu rapat. Rapat dilakukan di Kantor Kelurahan Alun – Alun Contong dengan beberapa pihak Kelurahan dan pihak Kelompok Sadar Wisata sejumlah 28 orang



Gambar 1: Diskusi pengabdian bersama pihak kelurahan dan Pokdarwis mengenai acara festival
(Sumber : Dokumentasi Kelompok KKNT 76)

Proses komunikasi diawali melalui wawancara kepada ketua Kelompok Sadar Wisata untuk menggali informasi dan data terkait kesiapan dan pengalaman anggota Kelompok Sadar Wisata dalam pelaksanaan sebuah event. Dalam wawancara disepakati untuk diadakan rapat dengan anggota Kelompok Sadar Wisata lainnya untuk mendiskusikan konsep event dan strategi pelaksanaannya. Diskusi dilakukan di Kantor Kelurahan Alun – Alun Contong melibatkan pihak kelurahan sebagai pemangku wilayah agar memudahkan perizinan. Berdasarkan diskusi yang dilakukan disepakati tema dari event Festival Kebudayaan ini adalah tempo dulu dengan tagline “Hidden Gem of AAC” yang berarti permata tersembunyi Alun – Alun Contong. Untuk lokasi event akan dilaksanakan di Jalan Baliwerti Kelurahan Alun – Alun Contong pada 26 Juni 2022 pukul 06.00 sampai 20.30 WIB.



Gambar 2: Tari Remo dan Dresscode Batik dalam Festival Hidden Gem of AAC.
(Sumber : Dokumentasi Kelompok KKNT 76)

Pelaksanaan

a. Hari Pertama

Pihak pengabdian memberikan wawasan tentang potensi wisata Kelurahan Alun – Alun Contong dan *Marketing Event* pada 31 Mei 2022 di Kantor Kelurahan Alun – Alun Contong. Peserta yang hadir adalah 25 anggota Kelompok Sadar Wisata dan ketua LPMK Alun – Alun Contong, Lurah Alun – Alun Contong, Sekretaris Kelurahan dan beberapa pengurus Kelurahan. Program hari pertama pada mitra adalah pembekalan tentang wawasan potensi wisata dan *marketing event*.



Gambar 3. Pembekalan wawasan potensi wisata dan *marketing event*.
(Sumber : Dokumentasi Kelompok KKNT 76)

b. Hari Kedua

Pada hari kedua pihak pengabdian melakukan riset kepada pihak mitra tentang laporan penyelenggaraan *event* sebelumnya ataupun dari pengalaman melalui kuisisioner dan melakukan *focus group discussion*. Hal ini dilakukan untuk mengukur tingkat kesiapan mitra untuk menyelenggarakan acara, sehingga dapat dilakukan *positioning* berdasarkan pengalaman dan keahlian dalam kepanitiaan acara.



Gambar 4. *Focus Group Discussion* dan tanya jawab terkait tingkat kesiapan mitra
(Sumber : Dokumentasi Kelompok KKNT 76)

c. Hari Ketiga

Program hari ketiga dilakukan pukul 15.30 hingga selesai. Pada program ini pihak pengabdian bersama pihak mitra merumuskan tema dan konsep *event* yaitu dengan tema tempo dulu dengan konsep pengemasan paduan antara beberapa acara yaitu,

1. Acara Jalan Sehat
2. *Doorprize*
3. Bazar UMKM

4. *Ceremonial Launching* Wisata Kampoeng Tuwo Religi
5. Pentas Seni
6. Pemutaran Video Promosi
7. *Fashion Show*
8. Pertunjukan Musik



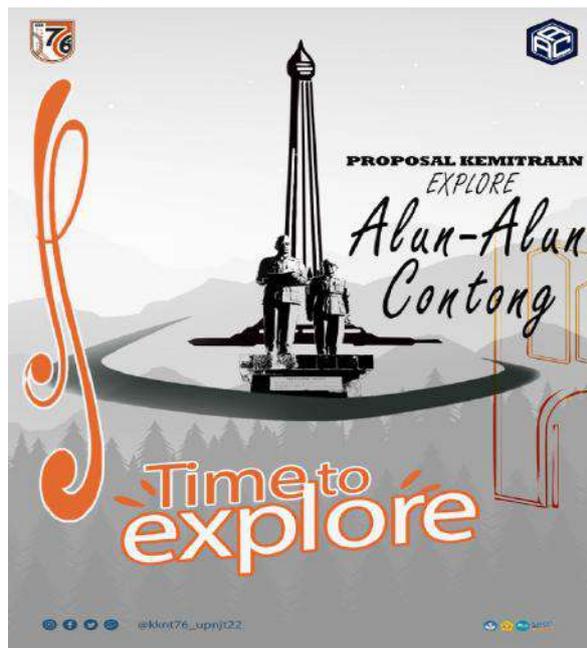
Gambar 5. Perumusan tema dan konsep acara
(Sumber : Dokumentasi Kelompok KKNT 76)

d. Hari Keempat

Pada sesi ini pengabdian bersama pihak mitra merumuskan strategi penyelenggaraan *event* yang akan diaplikasikan dalam acara mulai dari pendanaan, acara, konsumsi, perlengkapan, perizinan, dan keamanan. Strategi yang dirumuskan sebagai berikut :

1. Pendanaan

Pendanaan untuk acara festival Hidden Gem of AAC didapatkan dari bantuan donatur. Pihak pencari donatur adalah pengabdian didampingi anggota Kelompok Sadar Wisata dan melibatkan RT setempat selaku pemangku wilayah. Pencari donatur dibekali dengan proposal yang sudah disiapkan pengabdian sebelumnya dan diberi arahan tentang tata cara *lobby* yang baik dan benar.



Gambar 6. Sampul Proposal *Sponsorship*

(Sumber : Dokumentasi Kelompok KKNT 76)

2. Acara

Jalannya acara harus direncanakan dengan baik untuk meminimalisir resiko kesalahan dalam acara. Maka perlu membuat rencana susunan acara, waktu pelaksanaan, penanggung jawab, kebutuhan pendukung acara dan penanggung jawabnya. Semua dituliskan secara terperinci sebagai landasan jalannya acara nanti.

RUNDOWN FESTIVAL

Sabtu, 25 Juni 2022

Waktu	Kegiatan	Penanggung Jawab	Keperluan Pendukung	Penanggung Jawab	Waktu
18.00 – 18.30	Panitia kumpul	Seluruh Panitia	-	-	-
18.31 – selesai	Pemasangan terob, panggung, gate, tempat UMKM, listrik, dan lain-lain	Divisi Perlengkapan	<u>Makan nasi bungkus.</u> <u>minum dan rokok tukang</u>	Divisi Konsumsi	18.31
18.31 – 05.30	Pengawasan keamanan barang-barang acara	Divisi Keamanan	Konsumsi	Divisi Konsumsi	21.00

Minggu, 26 Juni 2022

Waktu	Kegiatan	Penanggung Jawab	Keperluan Pendukung	Penanggung Jawab	Waktu
05.30 – 06.00	Panitia kumpul	Seluruh Panitia	-	-	-

Gambar 7. Rincian Susunan Acara
(Sumber : Dokumentasi Kelompok KKNT 76)

3. Konsumsi

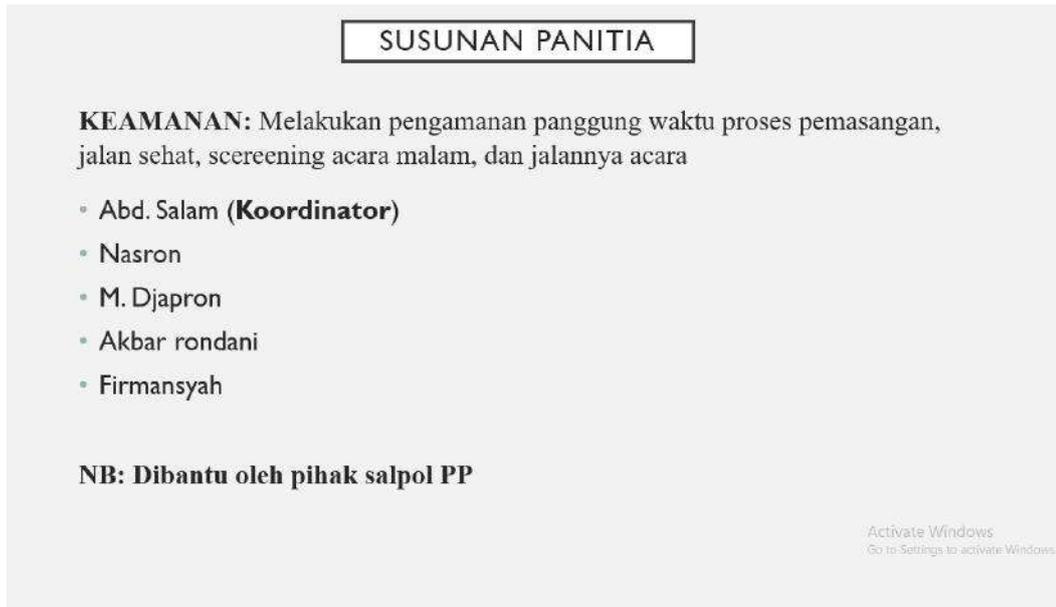
Konsumsi merupakan kebutuhan yang sangat penting yang perlu diperhatikan agar tidak terjadi kekurangan yang dapat menghambat operasional acara. Jumlah konsumsi yang dibutuhkan, penentuan *vendor*, penentuan anggaran konsumsi dan penentuan cara distribusi konsumsi diatur secara terperinci untuk memperkecil resiko kemungkinan yang tidak diinginkan.

4. Perlengkapan

Perlengkapan penunjang acara yang besar sangat banyak maka dibutuhkan sumber daya manusia yang lebih banyak. Setiap perlengkapan juga perlu dijaga untuk mencegah terjadinya kerusakan dan perlu dipastikan setiap perlengkapan siap digunakan saat dibutuhkan.

5. Perizinan dan keamanan

Untuk masalah perizinan dan keamanan perlu melibatkan pihak Kelurahan dan Satpol PP. Oleh karena itu, dalam pelaksanaan rapat pengabdian melibatkan Kelurahan agar acara mendapatkan perlindungan hukum. Dan keamanan akan lebih terjamin karena dibantu pihak yang berwenang yaitu Satpol PP Kelurahan Alun – Alun Contong.



Gambar 8. Rincian Susunan Panitia Divisi Keamanan dan Tanggung Jawabnya
(Sumber : Dokumentasi Kelompok KKNT 76)

e. Hari Kelima

Pihak pengabdian bersama pihak mitra melakukan koordinasi persiapan pra – *event*.

Pada tahap ini pengabdian dan pihak mitra telah tergabung dalam kesatuan susunan panitia menyiapkan keperluan acara sesuai dengan rencana strategi penyelenggaraan yang telah disepakati. Semua panitia bertanggung jawab atas tugasnya masing – masing. Semua tugas diberi tenggat waktu dan perlu dilaporkan secara berkala kepada Ketua Pelaksana. Apabila ada masalah dalam pelaksanaan tugas maka Ketua Pelaksana turun tangan didampingi dengan anggota lainnya yang sudah menyelesaikan tugas masing – masing.



Gambar 9. Koordinasi Panitia dengan RW Setempat & Donatur
(Sumber : Dokumentasi Kelompok KKNT 76)

f. Hari Keenam

Pelaksanaan Festival Kebudayaan Hidden Gem of AAC dilakukan pada 26 Juni 2022, pukul 06.00 sampai 20.30 . Panitia terdiri dari pengabdian, anggota aktif Kelompok Sadar Wisata Alun – Alun Contong dan melibatkan Satpol PP Alun – Alun Contong untuk membantu pengamanan acara. Semua panitia menggunakan *dresscode* batik untuk menunjang suasana kebudayaan lokal sesuai tema dari acara yaitu festival kebudayaan tempo dulu. Jalannya acara diatur oleh divisi acara berdasarkan susunan acara yang telah disepakati.



Gambar 10. Persiapan Panitia Divisi Perlengkapan & Acara Jalan Sehat
(Sumber : Dokumentasi Kelompok KKNT 76)



Gambar 11. Acara Pentas Seni : Tari Remo & Kemeriahan Penonton
(Sumber : Dokumentasi Kelompok KKNT 76)



Gambar 12. Acara Pembagian *Doorprize*
(Sumber : Dokumentasi Kelompok KKNT 76)

g. Pihak pengabdian bersama pihak mitra melakukan evaluasi.

Evaluasi perlu dilakukan untuk mengetahui kekurangan atau kesalahan pada pelaksanaan acara. Diharapkan dengan adanya evaluasi ini dapat menjadi landasan perbaikan bagi pengabdian dan juga mitra untuk melaksanakan *marketing event* dengan lebih baik di masa mendatang.

Hasil dan luaran yang diharapkan adalah UMKM dan tempat wisata yang ada di Kelurahan Alun – Alun Contong (Kampoeng Tuwo Religi) dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas sehingga dapat membantu meningkatkan perekonomian masyarakat yang ada di Kelurahan Alun – Alun Contong. Karena selama ini belum adanya sebuah event yang dapat menarik perhatian calon pengunjung untuk datang ke Kampoeng Tuwo Religi. Maka dari itu dibuatkan sebuah konsep event Festival Kebudayaan “*Hidden Gem Of AAC*”. Event Festival Kebudayaan tersebut baru pertama kalinya dilakukan di Alun – Alun Contong, tepatnya di Jalan Baliwerti.

Bapak Noer Hidayat selaku lurah di Alun – Alun Contong mengatakan bahwa dengan adanya event festival kebudayaan dapat membuat warga semakin rukun dan kompak demi mewujudkan Alun – Alun Contong sebagai desa wisata. Selain itu Gus Syaiful selaku tokoh masyarakat yang ada di Alun – Alun Contong mengharapkan dengan adanya acara festival kebudayaan tersebut para Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang ada di Alun Alun Contong dapat mengelola wisata dan mampu mengembangkan UMKM tersebut. Untuk itu dapat disimpulkan bahwa hasil dan luaran yang dicapai adalah sebagai berikut :

1. Warga Alun Alun Contong dapat mengetahui tentang situs – situs religi dan bersejarah dari Kampoeng Tuwo Religi
2. Hampir semua lapisan Masyarakat Alun Alun Contong berpartisipasi dalam memeriahkan acara festival ini baik itu dari UMKM, seniman, dan relawannya.
3. Warga Alun – Alun Contong dapat mengetahui bagaimana cara memahami perilaku konsumen
4. Warga Alun – Alun Contong dapat mengenal tentang bagaimana strategi pemasaran melalui event tersebut.



Gambar 13. Potret Pengabdian bersama Mitra
(Sumber : Dokumentasi Kelompok KKNT 76)



Gambar 14. Bazar UMKM
(Sumber : Dokumentasi Kelompok KKNT 76)

Kesimpulan dan Saran

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Alun -Alun Contong dalam bentuk pendampingan berupa pemasaran event ini dilakukan oleh Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur telah dilaksanakan pada 01 Juni 2022 sampai waktu acara festival pada 26 Juni 2022. Pengabdian tersebut berfokus untuk membantu Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) untuk menyelenggarakan event dari tahap perencanaan sampai tahap pelaksanaan. Selain itu akan diberikan wawasan dan melakukan pendampingan tentang memahami perilaku konsumen dan pemasaran event berbasis kebudayaan lokal. Tujuan pengabdian tersebut adalah untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam promosi Wisata Kampoeng Tuwo Religi berbasis pemasaran event. Diharapkan dengan adanya event festival kebudayaan ini dapat meningkatkan kesadaran warga lokal agar semangat serta antusias untuk berkontribusi dalam proses pengembangan kawasan wisata dan mengembangkan UMKM yang ada di Alun – Alun Contong tersebut agar banyak para wisatawan atau pengunjung yang datang ke tempat wisata di Alun – Alun Contong. Adapun saran yakni sebaiknya ada pendampingan berkelanjutan dalam melakukan pemasaran event dan menyelenggarakan event tersebut agar para warga dapat membuat suatu event yang sangat meriah. Dengan adanya Acara festival kebudayaan tersebut diharapkan akan ada acara – acara lain yang akan memeriahkan Kelurahan Alun – Alun Contong sehingga dapat menarik wisatawan.

UcapanTerimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya kepada beberapa mitra yang telah memberi dukungan financial, Kelompok sadar wisata yang ikut membantu dalam kepanitiaan, Kelurahan yang membantu dalam perizinan, dan satpol PP Kelurahan Alun – Alun Contong yang membantu dalam pengamanan acara. Dengan bantuan dari Mitra, Kelompok Sadar Wisata, Pihak Kelurahan, dan Satpol PP. Pengabdian ini dapat berjalan sesuai rencana, lancar, dan meriah.

Referensi

Paludi, Salman. 2017. Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth (e-WOM) Terhadap Citra Destinasi, Kepuasan Wisatawan dan Loyalitas Destinasi Perkampungan Budaya Betawi

- (PBB) Setu Babakan Jakarta Selatan. (Online),
(https://stein.ac.id/ejournal/pn_11_20/salman.pdf, diakses 15 Juli 2022).
- Belch & Michael, 2012. Manajemen Event. Jakarta: Alfabeta
- Rangkuti, Freddy. 2010. Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2016. Priciple of Marketing, 16th edition, Pearson Education.
- Rob Harris dan Allen Johnny. 2002. Perencanaan dan Pengelolaan Event dan Festival. Sidney: University of Technology.