

**PERSEPSI PENGUNJUNG TERHADAP PENYELENGGARAAN FESTIVAL PASAR
MAJELANGU TAHUN 2023 SEBAGAI IMPLEMENTASI CIVIC EVENT
DI DESA ADAT TUBAN, BADUNG, BALI**

I Wayan Ajus Brilianta Sumastra^{1*}, Luh Putu Citrawati², Ratri Paramita³
Program Studi Pengelolaan Konvensi Dan Acara, Politeknik Pariwisata Bali
*Email : Wbrilianta@gmail.com

ABSTRAK

Festival Pasar Majelangu Tahun 2023 di Desa Adat Tuban, Badung, Bali yang diselenggarakan oleh Desa Adat Tuban yang bertujuan untuk mengetahui persepsi pengunjung terhadap penyelenggaraan Festival Pasar Majelangu Tahun 2023 di Desa Adat Tuban, Badung, Bali. Metode yang digunakan enam dimensi event yang terdiri dari *anticipation* (pemasaran), *arrival* (transportasi, akses, dan penyambutan tamu), *atmosphere* (nuansa, suasana, dan dekorasi), *activity* (hiburan dan kegiatan), *appetite* (hidangan dan kuliner), dan *amenities* (fasilitas). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, studi dokumentasi, observasi, kuesioner, dan studi kepustakaan dengan responden sebanyak 103 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi pengunjung terhadap penyelenggaraan Festival Pasar Majelangu Tahun 2023 adalah baik dengan nilai rata-rata 3,78. Hal tersebut disebabkan ada dimensi yang memiliki nilai kurang baik, yaitu dimensi *appetite* dan *amenities*. Oleh karena itu, pihak penyelenggara diharapkan mengevaluasi kembali terhadap kegiatan ini sehingga penyelenggaraan Festival Pasar Majelangu Tahun 2023 selanjutnya dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

Kata Kunci : Event, Festival, Persepsi, Pengunjung.

Article History

Received: Oktober 2024
Reviewed: Oktober 2024
Published: Oktober 2024

Plagiarism Checker No 234
DOI : Prefix DOI :
10.8734/
panorama.v1i1.1395

Copyright : Author
Publish by : Panorama



This work is licensed
under a [Creative
Commons Attribution-
NonCommercial 4.0
International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Festival Pasar Majelangu merupakan *civic event* yang sudah diselenggarakan sejak tahun 2017 tepatnya pada Umanis Nyepi setiap tahunnya. Festival ini direncanakan, disusun, serta dilaksanakan oleh para pemuda Desa Adat Tuban dengan mengusung tema “Toleransi antar Perbedaan” mengingat Desa ini adalah Desa Adat yang memiliki tingkat heterogenitas tinggi. *Civic event* menurut Bowdin (2006:12) merupakan suatu peristiwa yang dibuat untuk acara komunitas, kota, sipil partai politik, yang dijadwalkan sendiri atau bersamaan dengan acara lainnya. *Civic event* juga merupakan suatu acara yang disponsori oleh organisasi nirlaba yang terbuka untuk umum dan tidak memiliki komponen penggalangan dana, serta *event* ini menampilkan seni dan budaya daerah setempat.

Festival Pasar Majelangu Desa Adat Tuban diadakan setiap tahunnya di Jalan Raya Tuban (patung satria gatotkaca sampai krisna oleh-oleh Tuban) dengan ciri khas menutup jalan utama

di Desa Adat Tuban. Ketua Panitia penyelenggara, I Gusti Agung Winuntara mengatakan bahwa Festival Pasar Majelangu Desa Adat Tuban 2023 ini merupakan festival ke 5, yang diselenggarakan dan memiliki tema “Toleransi antar perbedaan”. Festival Pasar Majelangu Desa Adat Tuban 2023 diadakan pada tanggal 24 Maret 2023 (Ngembak Geni). Menurut Bendesa Adat Tuban Wayan Mendra mengatakan bahwa Festival Pasar Majelangu kembali digelar setelah vakum selama tiga tahun karena pandemi Covid-19. Dalam pelaksanaan perdana setelah pandemi Covid-19 ini melibatkan pelaku UMKM dan pedagang kaki lima. Untuk UMKM disediakan tenda dari desa adat, sementara pedagang kaki lima membawa tenda/rombong masing-masing. Festival Pasar Majelangu Desa Adat Tuban ini juga tidak memungut biaya untuk tiket pengunjung yang hadir masuk kedalam festival. Hal ini dijelaskan oleh ketua panitia Festival Pasar Majelangu Desa Adat Tuban karena tujuan awal dari festival ini adalah untuk meningkatkan solidaritas dan rasa kekeluargaan serta meningkatkan eksistensi Desa Adat Tuban dan memperkenalkan produk lokal dari masyarakat Desa Adat Tuban.

Kunjungan wisatawan ke Festival Pasar Majelangu Desa Adat Tuban mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Pada tahun 2020, Festival ini tidak diadakan dikarenakan adanya wabah pandemi Covid-19, sedangkan pada tahun 2021 dan 2022 juga tidak dilaksanakan kembali dikarenakan masih dalam masa pemulihan ekonomi dan sumber dana yang kurang mencukupi. Maka dari itu panitia menggencarkan penggalan dana di tahun 2021 & 2022 agar memaksimalkan penyelenggaraan Festival Pasar Majelangu di Tahun 2023, ucap I Gusti Agung Winunantara (Ketua Panitia Pasar Majelangu) (Wawancara pegawai Desa Adat Tuban

Berdasarkan *survey* dan wawancara dengan ketua panitia pelaksana, jumlah tenant di Festival Pasar Majelangu tahun 2023 mencapai 53 *booth*. *Booth* diisi oleh kalangan F&B sekitar 31 *booth*, *clothing* sekitar 9. *booth* serta kerajinan tangan sekitar 13 *booth*. *Sponsorship* dalam kegiatan ini mencapai 35 unit perusahaan perhotelan, swalayan, dan lain lain di sekitar wilayah Desa Adat Tuban. Pasar Majelangu Desa Adat Tuban 2023 juga memiliki beragam jenis kegiatan yang diselenggarakan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kegiatan dalam Pasar Majelangu Desa Adat Tuban Tahun 2023

No	Nama Kegiatan
1	Marching Band Anak – Anak TK Wipara Tuban
2	Marching Band Anak – Anak TK Al Azhar Kampung Bugis
3	Med – Med an (Tarik Tambang Oleh PKK, Krama Lanang, Lan Sekaa teruna)
4	Penampilan Baleganjur TK Kartini
5	Penampilan Drum Band MI Al Azhar
6	Dance Sport oleh RnB Studio & Soul Rebel Band
7	Fashion Show Cilik oleh IRAWAN FASHION SHOW
8	Penampilan Sekaa Santhi & Geguntangan Gita Bhuana & Gita Shanti
9	Penampilan Seni Bela Diri Tarung Derajat Satlat Macan Tuban
10	Penampilan Seni Bela Diri Seni Pencak Silat Bhakti Negara Ranting Tuban
11	Penampilan Seni Bela Diri LBD Sinar Putih
12	Penampilan Pencak Silat P.S Budi Suci
13	Penampilan Seni pencak silat PSHT
14	Penampilan Seni Pakilitan Hadrah Majelis Ta’Lim Ruku Kifayah Nusantara
15	Penampilan Sekaa Gong Swara Budaya Banjar Pesalakan

16	Penampilan Sekaa Gong Loka Sraya Budaya Banjar Tuban Griya
17	Penampilan Tari Pendet Massal PKK Desa Tuban
18	Speech beberapa Undangan VIP
19	Penampilan Akustik Naoe Biroe
20	Penampilan Bondres STI
21	Pengumuman Juara Lomba Ogoh – Ogoh Desa Adat Tuban

Adapun tujuan dasar dari festival ini yaitu mempromosikan Desa Adat Tuban yang merupakan ikonik pintu gerbang masuk pulau Bali serta menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Festival Pasar Majelangu Desa Adat Tuban, baik hanya sekedar berkunjung maupun ikut serta dalam kegiatan – kegiatan diatas.

Selain itu ada juga tujuan utama dari festival ini yaitu memajukan aspek ekonomi, UMKM, serta mempromosikan budaya khususnya di Desa Adat Tuban.

Festival Pasar Majelangu Desa Adat Tuban membawa pengaruh yang sangat positif terutama dalam menghargai toleransi antar perbedaan dan pelestarian budaya yang ada di Bali. Festival ini juga memiliki tujuan spesifik yaitu mempromosikan budaya Bali khususnya di Desa Adat Tuban Kancah Nasional. Namun dibalik dari setiap penyelenggaraan *event* atau kegiatan pasti memiliki kekurangan dan kelemahan yang menimbulkan berbagai tanggapan dan persepsi-persepsi dari berbagai pihak.

Festival ini masih mendapatkan beberapa komentar dari pengunjung yang hadir serta ada yang bersifat kurang baik terhadap berlangsungnya festival Pasar Majelangu Desa Adat Tuban Tahun 2023. Adapun komentar dari beberapa pengunjung, seperti (1) Kurang lahan parkir yang tertata, akses masuk dari segala arah, (2) Kurang adanya jalur *in* dan *out* untuk para penonton, (3) Kurang adanya wilayah tempat berteduh jika ditengah-tengah acara terjadi hujan, (4) Festival ini menampilkan kesenian budaya di Desa Adat Tuban yang berpotensi menarik wisatawan internasional untuk menyaksikan festival ini, (5) Festival Pasar Majelangu Tahun ini Keren, (6) Festival ini sangat menarik untuk teman-teman dari luar bali yang ingin mengenal lebih dekat budaya toleransi tinggi karena menampilkan beberapa budaya dari luar dan bukan budaya bali saja. Berdasarkan beberapa komentar pengunjung seperti yang tertulis di atas tentu dapat dijadikan bahan evaluasi agar kedepannya dapat berjalan lebih baik lagi. Dari beberapa komentar yang tertera diatas, maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui “Persepsi Pengunjung Terhadap Penyelenggaraan Festival Pasar Majelangu Tahun 2023 Sebagai implementasi *Civic Event* di Desa Adat Tuban, Badung, Bali” (Wawancara Pengunjung Festival Majelangu Desa Adat Tuban, 2023).

TINJAUAN PUSTAKA

Adanya penelitian terdahulu dapat menjadi salah satu acuan bagi penulis untuk memperkaya teori yang digunakan dalam penulisan. Berikut uraian penelitian terdahulu yang membantu penulis dalam mengkaji penelitian ini, sebagai berikut:

a. Ni Ketut Anggreni Puspa Sari (2021)

Penelitian yang dilakukan oleh Ni Ketut Anggreni Puspa Sari dengan judul “Persepsi Pengunjung Terhadap Penyelenggaraan Kuta Beach Festival Sebagai Implementasi Civic Event di Desa Adat Kuta, Kabupaten Badung, Bali” meneliti mengenai persepsi pengunjung

terhadap penyelenggaraan Kuta Beach Festival. Hasil riset dari penelitian ini membuktikan bahwa persepsi pengunjung terhadap penyelenggaraan Kuta Beach Festival sebagai implementasi civic event di Desa Adat Kuta mendapatkan nilai baik dimasyarakat dengan nilai 3.66

b. Ni Made Utari Wiranandasari (2022)

Penelitian yang dilakukan oleh Ni Made Utari Wiranandasari dengan judul “Persepsi Pengunjung Terhadap Penyelenggaraan Pameran Bali Thrifting di Donkey Skatepark Kuta” membuktikan bahwa nilai persepsi pengunjung berdasarkan kuesioner yang tersebar dengan rata-rata keseluruhan 3,65 dengan kriteria baik.

METODOLOGI

Menurut Sugiyono (2019) objek penelitian adalah objek atau kegiatan yang telah ditentukan peneliti untuk dipelajari lebih lanjut dan dapat ditarik kesimpulan. Objek penelitian ini adalah Persepsi Pengunjung Terhadap Penyelenggaraan Festival Pasar Majelangu Tahun 2023 Sebagai Implementasi *Civic Event* di Desa Adat Tuban, Badung, Bali. Dengan demikian, penelitian ini akan difokuskan pada pandangan, opini, dan evaluasi pengunjung terhadap penyelenggaraan Festival Pasar Majelangu Tahun 2023 Sebagai Implementasi *Civic Event* di Desa Adat Tuban, Badung, Bali.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung Festival Pasar Majelangu 2023 di Desa Adat Tuban, Badung, Bali yang berjumlah 3.328 pengunjung. Sampel Menurut Sugiyono (2019:118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan ukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan suatu penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2019:120) Penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu cara penentuan informan yang ditetapkan secara sengaja atas dasar kriteria atau pertimbangan tertentu yang diperkirakan dapat memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan. Metode yang digunakan enam dimensi event yang terdiri dari *anticipation* (pemasaran), *arrival* (transportasi, akses, dan penyambutan tamu), *atmosphere* (nuansa, suasana, dan dekorasi), *activity* (hiburan dan kegiatan), *appetite* (hidangan dan kuliner), dan *amenities* (fasilitas). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, studi dokumentasi, observasi, kuesioner, dan studi kepustakaan dengan responden sebanyak 103 orang.

HASIL PENELITIAN

Hasil Pengujian Instrumen

a. Hasil Uji Validitas Instrumen

Berdasarkan seluruh item kuesioner dikatakan valid karena nilai Pearson Correlation memiliki nilai lebih besar dari rtabel dengan N=52 dan pada sig 0,05 (two tail) sebesar 0,268 dengan seluruh nilai signifikasi memiliki nilai lebih kecil dari 0,05.

b. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Berdasarkan Tabel 4.3 dan Tabel 4.4 di atas, maka dapat diketahui bahwa secara keseluruhan item pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini memiliki Cronbach's Alpha lebih besar daripada 0,7 dan berada dalam rentang $0,60 < r_{11} \leq 0,80$ ini di simpulkan memiliki nilai

reliabilitas yang tinggi. Maka penelitian ini dapat dilakukan ketahap pengambilan data dan analisis lanjutan yang dibutuhkan oleh penelitian ini.

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif variabel dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis hasil tabulasi nilai dari masing-masing item pertanyaan yang digunakan dalam variabel penelitian. Analisis ini juga digunakan sejauh mana persepsi pengunjung terhadap penyelenggaraan festival pasar majelangu tahun 2023 sebagai implementasi *civic event* di desa adat Tuban, Badung berdasarkan 6 Dimensi *event* (silver : 2004).

Analisis ini memberikan gambaran tentang indikator yang berkontribusi dalam membangun model penelitian secara keseluruhan dengan menginterpretasikan nilai rata-rata dari setiap indikator dengan menggunakan *weight means score* (WMS). Setiap indikator memiliki tingkat yang berbeda-beda, untuk mendapatkan kategori dari setiap indikator yang ada maka digunakan WMS, konsultasi hasil perhitungan *Weight Means Score* (WMS). Berikut merupakan hasil analisis variabel dari penelitian ini.

a. *Anticipation* (Pemasaran)

Hasil data kuesioner untuk dimensi *anticipation* (pemasaran) yang telah di isi oleh responden dapat ditunjukkan dapat diketahui bahwa pertanyaan “Kejelasan informasi mengenai Festival Pasar Majelangu Desa Adat Tuban tahun 2023 melalui *Instagram*” memperoleh nilai yang terendah dengan mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,53 yang berada dalam kategori “Baik” walaupun berada dalam kategori yang sama dengan item pertanyaan yang lain, tetapi menjadi suatu perhatian khusus karena responden belum memiliki informasi yang cukup jelas terkait dengan penyelenggaraan Festival Pasar Majelangu Desa Adat Tuban. Disini peran panitia dalam melakukan promosi kegiatan menggunakan sosial media Instagram perlu ditingkatkan lagi hal ini bertujuan agar festival ini lebih bisa dikenal dalam jangkauan yang lebih luas yang akan berdampak pada peningkatan kunjungan dan omzet penjual dalam festival. Sementara itu item pertanyaan “Penyebaran informasi mengenai Festival Pasar Majelangu Desa Adat Tuban tahun 2023 melalui *Mouth to Mouth*” mendapatkan nilai rata-rata tertinggi dengan nilai 4,01 yang berada dalam kategori “Baik”. Hal ini berarti menjelaskan bahwa Festival Pasar Majelangu Desa Adat Tuban tahun 2023 lebih banyak di kenal atau diketahui oleh pengunjung terjadi secara langsung.

Secara keseluruhan dimensi event *anticipation* berada dalam kategori baik ini menunjukkan bahwa pengunjung merasa puas dengan kinerja panitia dalam melakukan pemasaran/memperkenalkan Festival Pasar Majelangu Desa Adat Tuban kepada kalayak umum sehingga masyarakat merasa ingin tahu tentang festival ini yang berdampak pada peningkatan jumlah kunjungan.

b. *Arrival* (Transportasi, Akses, dan Penyambutan Tamu)

Dapat diketahui bahwa pertanyaan “Jalur arus keluar & masuk pada Venue Festival Pasar Majelangu Desa Adat Tuban tahun 2023” memperoleh nilai yang terendah dengan mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,78 yang berada dalam kategori “Baik” walaupun berada dalam kategori yang sama dengan item pertanyaan yang lain, tetapi menjadi suatu perhatian khusus karena responden merasa sedikit kurang nyaman dengan pintu keluar

masuknya ke festival. Pengunjung merasa kurang ditata dengan baik arus keluar masuknya pengunjung. Ini seharusnya menjadi perhatian yang penting bagi panitia untuk lebih meningkatkan kenyamanan pengunjung di dalam festival. Sementara itu item pertanyaan “Keamanan dan kenyamanan selama kegiatan di Festival Pasar Majelangu Desa Adat Tuban tahun 2023” mendapatkan nilai rata-rata tertinggi dengan nilai 3,99 yang berada dalam kategori “Baik”. Hal ini berarti peran pecalang, polisi, tentara, dan panitia dalam melakukan pengamanan dalam festival berjalan dengan sinergi/baik sehingga pengunjung merasa aman dan nyaman dalam berkunjung ke Festival Pasar Majelangu Desa Adat Tuban tahun 2023.

Secara keseluruhan dimensi event arrival (transportasi, akses, dan penyambutan tamu) berada dalam kategori baik ini menunjukkan bahwa pengunjung merasa panitia sudah bekerja sangat maksimal dalam mempermudah akses dan transportasi menuju festival serta panitia melakukan penyambutan tamu dengan ramah sehingga pengunjung merasa dihargai dan terhormat saat berkunjung ke Festival Pasar Majelangu Desa Adat Tuban tahun 2023.

c. *Atmosphere* (Nuansa, Suasana, dan dekorasi)

Dapat diketahui bahwa pertanyaan “Kesesuaian konsep dan tema acara pada Festival Pasar” memperoleh nilai yang terendah dengan mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,90 yang berada dalam kategori “Baik” walaupun berada dalam kategori yang sama dengan item pertanyaan yang lain, tetapi menjadi suatu perhatian khusus karena responden merasa ada beberapa konsep acara yang kurang sesuai dengan tema festival sehingga pengunjung merasa sedikit bingung saat masuk kedalam festival karena telah terbagun stigma yang sesuai dengan tema acara tetapi ada beberapa yang kurang sesuai. Kedepan panitia harus dengan serius dan matang dalam menyiapkan konsep acara festival agar dapat berjalan dengan baik. Sementara itu item pertanyaan “Kesesuaian pemahaman dalam penggunaan signs/petunjuk arah pada area festival” mendapatkan nilai rata-rata tertinggi dengan nilai 4,09 yang berada dalam kategori “Baik”. Hal ini berarti pengunjung merasa mengerti dan mudah memahami petunjuk arah yang diberikan oleh panitia sehingga pengunjung menjadi terbantu dan mudah untuk menemukan lokasi yang ingin dituju.

Secara keseluruhan dimensi event atmosphere (nuansa, suasana, dan dekorasi) berada dalam kategori baik ini menunjukkan bahwa panitia telah mempersiapkan dekorasi festival dengan baik dan menciptakan suasana festival yang nyaman dan menyenangkan bagi pengunjung.

d. *Activity* (Hiburan dan Kegiatan)

Dapat diketahui bahwa pertanyaan “Kesiapan Talent dalam menampilkan sebuah perform” memperoleh nilai yang terendah dengan mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,61 yang berada dalam kategori “Baik” walaupun berada dalam kategori yang sama dengan item pertanyaan yang lain. Pengunjung merasa dalam persiapan talent yang akan tampil dalam Festival Pasar Majelangu kurang maksimal karena ada beberapa penampil yang penampilannya kurang maksimal dan beberapa ada kesalahan. Disini panitia seharusnya lebih mempersiapkan penampil untuk dapat perform dengan baik. Sementara itu item pertanyaan “Kesiapan Panitia menghandle kegiatan selama festival berlangsung” mendapatkan nilai rata-rata tertinggi dengan nilai 4,05 yang berada dalam kategori “Baik”. Hal ini berarti pengunjung menilai panitia secara keseluruhan telah bekerja keras dalam

mempersiapkan seluruh kegiatan yang ada dalam festival sehingga dapat berjalan dengan baik.

Secara keseluruhan dimensi event *activity* (hiburan dan kegiatan) berada dalam kategori baik ini menunjukkan bahwa panitia telah mempersiapkan dan menyajikan hiburan yang terbaik dan tepat bagi pengunjung sehingga pengunjung merasa betah dan senang dalam Festival Pasar Majelangu ini berdampak pada tingkat kepuasan pengunjung pada Festival Pasar Majelangu menjadi tinggi dan pengunjung bertambah banyak.

e. *Appetite* (Hidangan dan Kuliner)

Dapat diketahui bahwa pertanyaan “Efektivitas harga makanan dan minuman di tenant yang tersedia” memperoleh nilai yang terendah dengan mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,34 yang berada dalam kategori “cukup” item indikator ini mendapatkan predikat yang lebih idak baik dibandingkan item indikator yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa harga produk yang diperjual belikan di Festival Pasar Majelangu khususnya makanan dan minuman memiliki daya saing harga yang lebih kurang kompetitif dibandingkan dengan ditempat lain (lebih mahal) sehingga pengunjung merasa enggan untuk berbelanja lebih. Panitia seharusnya melakukan koordinasi terkait harga yang ditawarkan penjual kepada pengunjung agar nilainya lebih kompetitif. Sementara itu item pertanyaan “Keberagaman Tenant F&B pada Festival Pasar Majelangu 2023” mendapatkan nilai rata-rata tertinggi dengan nilai 3,91 yang berada dalam kategori “Baik”. Data ini menunjukan bahwa pengunjung merasa puas dengan jumlah keragaman Tenant F&B yang ada di Festival Pasar Majelangu sehingga pengunjung memiliki banyak pilihan dalam berbelanja. Secara keseluruhan dimensi event *appetite* (hidangan dan kuliner) berada dalam kategori baik ini menunjukkan bahwa panitia hidangan dan kuliner yang ada dalam Festival Pasar Majelangu sudah sangat memuaskan pengunjung sehingga pengunjung merasa senang an nyaman untuk menikmati festival.

f. *Amenities* (Fasilitas)

Dapat diketahui bahwa pertanyaan “Ketersediaan fasilitas meja & kursi untuk pengunjung pada Festival Pasar Majelangu 2023” dan “Ketersediaan tempat ibadah / mushola pada area venue Festival Pasar Majelangu Tahun 2023” memperoleh nilai yang terendah dengan mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,45 yang berada dalam kategori “Baik” walaupun berada dalam kategori yang sama dengan item pertanyaan yang lain. Kedua indikator ini mendapatkan perhatian yang khusus dari pengunjung hal ini disebabkan karena kurangnya fasilitas kursi dan meja yang dapat di pergunakan oleh pengunjung saat lelah berjalan sekedar ingin duduk. Dan panitia kurang memberikan arahan kepada pengunjung muslim bila ingin melakukan ibadah bisa langsung ke beberapa masjid terdekat yang ada di sekitaran Festival Pasar Majelangu. Sementara itu item pertanyaan “Kebersihan dan kelengkapan toilet dan tempat sampah di area venue” mendapatkan nilai rata-rata tertinggi dengan nilai 3,54 yang berada dalam kategori “Baik”. Hal ini dirasa oleh pengunjung panitia telah mempersiapkan toilet portabel yang bersih dan nyaman bagi pengunjung.

Secara keseluruhan dimensi event *amenities* (fasilitas) berada dalam kategori baik ini menunjukkan bahwa panitia telah mempersiapkan fasilitas penunjan festival dengan baik

dengan memperhitungkan fasilitas apa saja yang dibutuhkan. Agar pengunjung dan penjual dapat dengan nyaman dalam menjalani seluruh kegiatan dalam festival.

PEMBAHASAN

Analisis deskriptif pada penelitian ini adalah untuk melihat nilai rata-rata terendah dan tertinggi di setiap pertanyaan pada dimensi event. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 103 pengunjung *event* Festival Pasar Majelangu tahun 2023. Didasari oleh enam dimensi event yang terdiri dari *anticipation* (pemasaran), *arrival* (transportasi, akses, dan penyambutan tamu), *atmosphere* (nuansa, suasana, dan dekorasi), *activity* (hiburan dan kegiatan), *appetite* (hidangan dan kuliner), dan *amenities* (fasilitas) yang masing-masing memiliki pertanyaan 3-7 pertanyaan. Dari hasil penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa:

- a. Dimensi event *anticipation* (pemasaran) menunjukkan hasil penilaian responden terhadap dimensi *anticipation* (pemasaran) dan hasil rata-rata dari setiap pertanyaan. Nilai pada pertanyaan pertama adalah sebesar 3,53 atau baik, pertanyaan kedua adalah 4,01 atau baik, dan pertanyaan ketiga adalah 3,85 atau baik. . Oleh karena itu hasil rata-rata keseluruhan pada variabel *anticipation* (pemasaran) adalah 3,80 atau baik.
- b. Dimensi event *arrival* (transportasi, akses, dan penyambutan tamu) menunjukkan hasil penilaian responden terhadap dimensi *arrival* (transportasi, akses, dan penyambutan tamu) dan hasil rata-rata dari setiap pertanyaan. Nilai pada pertanyaan pertama adalah sebesar 3,96 atau baik, pertanyaan kedua adalah 3,78 atau baik, dan pertanyaan ketiga adalah 3,95 atau baik, pertanyaan keempat adalah 3,99 atau baik, dan pertanyaan kelima adalah 3,97 atau baik. . Oleh karena itu hasil rata-rata keseluruhan pada variabel *arrival* (transportasi, akses, dan penyambutan tamu) adalah 3,93 atau baik.
- c. Dimensi event *atmosphere* (nuansa, suasana, dan dekorasi) menunjukkan hasil penilaian responden terhadap dimensi *atmosphere* (nuansa, suasana, dan dekorasi) dan hasil rata-rata dari setiap pertanyaan. Nilai pada pertanyaan pertama adalah sebesar 3,90 atau baik, pertanyaan kedua adalah 3,91 atau baik, dan pertanyaan ketiga adalah 4,06 atau baik, pertanyaan keempat adalah 3,93 atau baik, pertanyaan kelima adalah 4,00 atau baik, dan pertanyaan keenam adalah 4,09 atau baik. Oleh karena itu hasil rata-rata keseluruhan pada variabel *atmosphere* (nuansa, suasana, dan dekorasi) adalah 3,98 atau baik.
- d. Dimensi event *activity* (hiburan dan kegiatan) menunjukkan hasil penilaian responden terhadap dimensi *activity* (hiburan dan kegiatan) dan hasil rata-rata dari setiap pertanyaan. Nilai pada pertanyaan pertama adalah sebesar 3,86 atau baik, pertanyaan kedua adalah 3,97 atau baik, dan pertanyaan ketiga adalah 3,68 atau baik, pertanyaan keempat adalah 4,03 atau baik, pertanyaan kelima adalah 3,61 atau baik, pertanyaan keenam adalah 4,05 atau baik, dan pertanyaan ketujuh adalah 3,83 atau baik. Oleh karena itu hasil rata-rata keseluruhan pada variabel *activity* (hiburan dan kegiatan) adalah 3,86 atau baik.
- e. Dimensi event *appetite* (hidangan dan kuliner) menunjukkan hasil penilaian responden terhadap dimensi *appetite* (hidangan dan kuliner) dan hasil rata-rata dari setiap pertanyaan. Nilai pada pertanyaan pertama adalah sebesar 3,91 atau baik, pertanyaan kedua adalah 3,75 atau baik, dan pertanyaan ketiga adalah 3,76 atau baik, pertanyaan keempat adalah 3,34 atau cukup, dan pertanyaan kelima adalah 3,53 atau baik. . Oleh karena itu hasil rata-rata keseluruhan pada variabel *appetite* (hidangan dan kuliner) adalah 3,658 atau baik.

- f. Dimensi event *amenities* (fasilitas) menunjukkan hasil penilaian responden terhadap dimensi *amenities* (fasilitas) dan hasil rata-rata dari setiap pertanyaan.
- g. Nilai pada pertanyaan pertama adalah sebesar 3,45 atau baik, pertanyaan kedua adalah 3,49 atau baik, dan pertanyaan ketiga adalah 3,54 atau baik, pertanyaan keempat adalah 3,50 atau baik, dan pertanyaan kelima adalah 3,45 atau baik. Oleh karena itu hasil rata-rata keseluruhan pada variabel *amenities* (fasilitas) adalah 3,486 atau baik.

Maka dapat disimpulkan nilai rata-rata dari setiap dimensi event dalam tabel 2 seperti dibawah ini:

Tabel 2. Kesimpulan Deskripsi Variabel Enam Dimensi Event

No	Dimensi	Rata-Rata	Kriteria
1	<i>anticipation</i>	3,80	Baik
2	<i>arrival</i>	3,93	Baik
3	<i>atmosphere</i>	3,98	Baik
4	<i>activity</i>	3,86	Baik
5	<i>appetite</i>	3,658	Baik
6	<i>amenities</i>	3,486	Baik
Rata-Rata Total		3,78	Baik

Jadi dapat disimpulkan sesuai Tabel 2 menyatakan bahwa secara keseluruhan enam dimensi event yaitu *anticipation* (pemasaran), *arrival* (transportasi, akses, dan penyambutan tamu), *atmosphere* (nuansa, suasana, dan dekorasi), *activity* (hiburan dan kegiatan), *appetite* (hidangan dan kuliner), dan *amenities* (fasilitas) dengan nilai rata-rata 3,78 dan berkategori baik yang menunjukan pengunjung puas terhadap penyelenggaraan Festival Pasar Majelangu

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa persepsi pengunjung Festival Pasar Majelangu Desa Adat Tuban menghasilkan nilai rata – rata 3,78 dengan kategori baik. Berikut paparan masing- masing perolehan nilai rata- ratanya:

1. Dimensi event *anticipation* (pemasaran) mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,80 yang berarti berkategori “Baik” dengan segala informasi yang disampaikan oleh penyelenggara acara kepada calon pengunjung.
2. Dimensi event *arrival* (transportasi, akses, dan penyambutan tamu) mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,93 yang berarti berkategori “Baik” dengan kesiapan acara baik fisik, operasional penyelenggara dalam menyambut kedatangan tamu dan mempermudah akses ke tempat festival.
3. Dimensi event *atmosphere* (nuansa, suasana, dan dekorasi) mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,98 yang berarti berkategori “Baik” dengan dekorasi penempatan hiasan dan ornamen memberikan kesan bagi pengunjung mengenai event.
4. Dimensi event *activity* (hiburan dan kegiatan) mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,86 yang berarti berkategori “Baik” dengan memberikan hiburan dan berbagai kegiatan yang menyenangkan.

5. Dimensi event *appetite* (hidangan dan kuliner) mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,658 yang berarti berkategori “Baik” dengan menyuguhkan berbagai F&B yang menarik dan lezat kepada pengunjung dengan kualitas yang terbaik.
6. Dimensi event *amenities* (fasilitas) mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,486 yang berarti berkategori “Baik” dengan ketersediaan fasilitas pendukung festival yang baik.

Berdasarkan simpulan tersebut, terdapat 2 dimensi dengan nilai terendah yaitu dimensi *appetite* dan *amenities* dengan penjabaran sebagai berikut:

1. Untuk dimensi *appetite* memiliki nilai yang rendah hal ini disebabkan jumlah tenant yang kurang variatif. Seharusnya panitia melakukan survey terlebih dahulu untuk mengetahui apa saja produk yang diinginkan oleh pengunjung agar tenant yang berpartisipasi memang dibutuhkan oleh pengunjung.
2. Untuk dimensi *amenities* memiliki nilai yang rendah hal ini disebabkan fasilitas yang mendukung festival kurang baik. Seharusnya panitia melakukan check secara keseluruhan fasilitas apa saja yang dibutuhkan saat festival dengan menanyakan kepada penjual dan bekerjasama dengan event organizer.
3. Disarankan agar penyelenggara festival mengoptimalkan penggunaan media sosial dengan strategi konten yang lebih terencana. Misalnya, dengan merancang kalender konten yang berisi kampanye *countdown* menjelang acara, interaksi *live* dengan pengisi acara, dan konten yang dihasilkan oleh pengguna (UGC) seperti foto atau video dari pengunjung tahun sebelumnya. Langkah ini dapat meningkatkan engagement dan menarik minat audiens yang lebih luas.
4. Dari analisis deskriptif terlihat bahwa ada ketidakpuasan terkait fasilitas fisik seperti toilet dan antrian. Oleh karena itu, disarankan agar penyelenggara bekerja sama dengan perusahaan penyedia fasilitas portabel dan mengatur sistem antrian berbasis tiket elektronik yang dapat mengurangi waktu tunggu. Selain itu, pengadaan area duduk yang memadai dan zona teduh juga akan meningkatkan kenyamanan pengunjung.
5. Untuk meningkatkan kepuasan pengunjung dan memperluas segmen audiens, festival ini dapat menambahkan acara-acara baru yang belum pernah ada sebelumnya. Sebagai contoh, memperkenalkan seni tradisional atau penampilan musik dari budaya lokal yang belum dikenal luas oleh pengunjung. Program-program ini tidak hanya akan memperkaya pengalaman festival tetapi juga memperkuat identitas budaya lokal.
6. Berdasarkan keluhan terkait aksesibilitas, disarankan agar penyelenggara menyediakan parkir yang lebih luas dan tertata agar tidak terjadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, R., Karlina, I., Nur, L., & Prebianto, N. F. 2023. Alat Pemantau dan Penghitung Jumlah Pengunjung berbasis Aplikasi Telegram. *Journal of Applied Electrical Engineering*. Vol 7; hal. 7–13.
- Al Farisi, M. S., Riyanto, S., Herawati, E., Usman, U., & Syaeful, W. 2023. Meningkatkan Literasi Ekonomi Syariah Melalui Kegiatan Festival Ramadan di Kampus STEBIS Bina Mandiri Bogor. *Jurnal Peradaban Masyarakat*. Vol 3; hal. 111–117.

- Fareldiego, F., Ayu, I. G., & Asmaran, R.2023. Persepsi Pengunjung Terhadap Penyelenggaraan Sanur Village Festival Di Pantai Matahari. *Journal Of Event and Convention Management*. November 2023. Vol. 2; ISSN 2986- 7126
- Fiqri, A.2024. Pengabdian Masyarakat Kegiatan Tafahna Award Friday Sonten Festival 2023. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*. Januari 2024. Vol. 1(11); ISSN 2805–2809.
- Ghozali, Imam. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 26. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Karang, I Kadek Budiartanayasa, I Nengah Wirata, and I Gede Sumadi.2022. “Persepsi pengunjung *event* soundrenaline *the spirit of all time* terhadap kualitas pelayanan cv. Cipta kreatif komunika” *Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Managemen*. Desember 2022. Vol. 5 No.2; ISSN. 127-134
- Muhammad,Wibowo, Z., & Wibowo, M. Z.2023. Implementasi Pendidikan Karakter Tanggung Jawab Mampu Meningkatkan Hasil Belajar Siswa. *Jurnal Bintang Pendidikan Indonesia (JUBPI)*. Vol. 1(1); hal. 76–83.
- Sari, Indah Permata, Ni Wayan Nadi Astiti, Sheila Oktarina, Ni Made Rai Puspita Dewi4, Putu Steven Eka Putra, and I Gede Agus Mertayasa. (2022). Persepsi Konsumen terhadap Penyelenggaraan *Event Dinner* di Restoran *Two Fat Monks* Bali. *Jurnal Vokasi Undira*. Agustus 2022.Vol.1 No.1.
- Sibarani, J. A. 2023. Persepsi Masyarakat Lokal Mengenai Dampak Lingkungan dari Festival Jazz Gunung Bromo. *Journal of Event, Travel and Tour Management*. Vol. 3(1); hal.33–43.
- Sugiyono.2019. Metode Penelitian Kualitatif untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, dan Konstruktif. Yogyakarta: Alfabeta.
- Sugiyono.2019. Metode Penelitian Kuntitatif. Yogyakarta: Alfabeta.